

TISSUS ET NOUVEAUTÉS

TISSUES & DRY GOODS

MONTREAL

MARS 1913

No. 3

Etoffes Pour Robes et Manteaux de Priestley

Priestleys'

Begonia

Whip
Cord



The
Ideal
Material
for
Dressy
Gowns

In all the Leading Shades.

Pour les dames de Goût
Raffiné, elles sont

Sans Rivales

L'augmentation des ventes
indique leur CROISSANTE
POPULARITÉ.

—
—
Clichés comme ceux de
ci-contre fournis gra-
tuitement pour vos
annonces.

Priestleys'

Dresden

:: Cord

One of the
leaders
for the
coming :
season

in
all
shades



GREENSHIELDS LIMITED, MONTREAL

Agents pour le Canada.

ATTENDEZ! VOYEZ! COMPAREZ!

Attendez la prochaine visite de notre
voyageur pour voir notre grande
collection d'échantillons de mar-
chandises pour l'Automne.
Choix excellent---Prix
avantageux.



Pour Etoffes à Robes,
la marque
"Renommée"

est une garantie
de "bon goût"

1913
AUTOMNE
GARNEAU LIMITÉE
QUÉBEC

SALLES D'ÉCHANTILLONS :

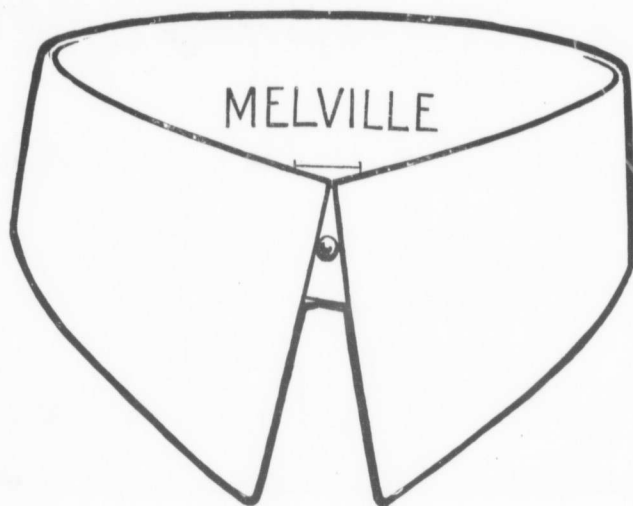
MONTREAL - - 242 rue St-Jacques
OTTAWA - - - 111 rue Spark
HALIFAX - - - Edifice Keith

Pour Serges et Vicunas
noirs et bleus, la marque

"Sphinx"

est incontestablement
la meilleure.

Placez vos commandes sans retard
afin d'en assurer la livraison.



Voici le Plus Récent
Faux-Col de TOOKE

Le **MELVILLE** promet d'être très populaire
durant le Printemps et l'Été prochains. Il donne
l'illusion d'un faux-col haut et est très conforta-
ble du fait que la bande intérieure est basse.
Il vous faudra avoir le **MELVILLE**.

TOOKE BROS.
LIMITED, - - MONTREAL.

Manufacturiers de chemises, faux-cols et cravates, et importateurs de mercerie pour hommes.

Magasin à Toronto, 58 Rue Wellington Ouest. Magasin à Winnipeg, 91 Rue Albert

4

Votre rayon de ganterie vous rapportera le maximum de profits avec notre superbe assortiment de

GANTS PERRIN

que recherchent les personnes élégantes, à cause de leur beauté, et les personnes économes à cause de leur durée.

VOUS BENEFICIEZ AINSI :

d'un surcroit de vente dû à la réelle supériorité des **GANTS PERRIN**, de la grande publicité que nous faisons au profit du marchand dans les principaux journaux et magazines du pays.

PERRIN FRERES & Cie.
La plus grande Maison de Gants du Canada.
28 CARRE VICTORIA
MONTREAL

PERRIN GLOVE

Sissus et Nouveautés

TISSUES & DRY GOODS

Revue Mensuelle

Publiée par La Compagnie de Publications des Marchands Détaillants du Canada, Limitée, So rue St Denis, Montréal, Téléphone : Est 1185, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1 00, strictement payable d'avance ; France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration, et ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

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

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

Vol. XV

MONTREAL, MARS 1913

No 3

LA PRATIQUE COMMERCIALE

APRES L'INVENTAIRE.

Le travail à entreprendre.

A cette époque de l'année, les inventaires sont généralement terminés et chaque marchand-détaillant a devant lui son chiffre d'affaires pour 1912, aussi est-ce l'instant pour lui de projeter des améliorations pour la prochaine année, de s'ingénier à trouver les moyens de faire plus d'affaires avec des frais généraux moins considérables, s'il est possible.

Le marchand-détaillant entreprenant est souvent récompensé de ses efforts par le progrès qui caractérise son entreprise, mais il n'est jamais complètement satisfait du résultat obtenu, il ne doit jamais se contenter de sa situation présente. Il ne doit pas rester en place, il doit sans cesse aller de l'avant, créer de nouvelles visées et essayer d'accomplir des choses encore plus difficiles. Il se rend parfaitement compte que l'augmentation de ses affaires dans l'avenir dépendra de la satisfaction qu'il procure à ses clients actuels et il est de sa tâche de faire tout ce qui est en son pouvoir pour maintenir cette clientèle et augmenter le nombre de ses clients en leur donnant des marchandises de bonne valeur tout en obtenant des profits légitimes pour lui-même.

A l'inventaire, il devrait être pris note des marchandises qui restent en stock dans des proportions excessives et une décision devrait être arrêtée immédiatement pour assurer rapidement l'écoulement de ce surplus de stock.

Au cours de l'inventaire, il a été donné au détaillant de constater que certains articles n'ont pas produit suffisamment pour les risques et la peine que nécessite leur prise en stock. Il est donc urgent pour le marchand de sacrifier le profit de telles marchandises et d'en réaliser au plus tôt la valeur en argent.

Un bon étalage établi d'une façon attrayante dans le magasin avec des marchandises spécialement étiquetés de prix exceptionnels ne manquera pas d'intéresser le client et permettra au détaillant de se débarrasser des articles encombrants ou d'une vente peu aisée.

Un coup d'oeil jeté sur l'inventaire donnera de précieuses indications sur les commandes à faire dans la plupart des lignes et vous mettra en mesure de faire dès maintenant à coup sûr des commandes livrables en des temps donnés au cours de l'année.

Dans certains commerces on peut fixer à quelques dollars près la somme de stock nécessaire pour l'année et pour chaque

article; mais en général on ne peut faire cette approximation, sinon pour les principaux articles courants. Cependant, le commerçant qui a sous les yeux le stock à l'inventaire au 1er janvier 1912 et le stock à l'inventaire au 1er janvier 1913, ainsi que ses opérations d'achat au cours de l'année peut aisément passer des premiers ordres pour 1913 d'une façon rapide et intelligente.

Les articles défectueux.

Lorsqu'on établit l'inventaire, les marchandises défectueuses qui se sont accumulées durant l'année apparaissent en nombre et peuvent être examinées soigneusement. Quelques-unes de ces marchandises furent achetées avec pleines garanties et devront en conséquence être retournées sans surcis aux fournisseurs qui en fera le remplacement ou en donnera crédit au détaillant.

Certains de ces articles ne méritent guère une disqualification absolue, ils ont été remplacés par le marchand sur une réclamation plus ou moins justifiée du client, parce que le détaillant a jugé fort à propos que c'est de bonne politique de ne jamais contredire le client et de ne pas lui opposer des arguments qui, dans certains cas, loin d'avoir le pouvoir de le persuader, l'écartèrent à jamais de son magasin.

Un commerçant peut se permettre de supporter une perte de \$30 à \$40 sur de tels remplacements, les passer en vente spéciale avec les articles vendus au rabais pour dépréciation et déduire cette perte de la provision réservée annuellement à la publicité.

C'est un bon principe que d'agir ainsi, car il n'y a pas d'annonce qui ait une valeur supérieure à celle faite par les clients satisfaits et le marchand qui dépense de \$300 à \$500 d'annonces pour attirer les clients à son magasin ne devrait pas discuter avec le client qui s'obstine à réclamer sur la qualité d'un article de 25c ou 50c. Le marchand doit avant tout s'efforcer de plaire au client.

L'inventaire doit également mettre en évidence une catégorie d'articles dont une partie seulement a été vendue, montrant ainsi que le renouvellement des dits articles a été fait un peu trop libéralement.

Certains marchands établissent des règlements formels

vis-à-vis de leurs employés pour la vente de tels articles et ils sont les premiers à les enfreindre, dans leur désir de satisfaire leurs clients. Qu'on n'aïlle pas croire que ce soit là un signe de faiblesse de leur part; ils ne peuvent être soupçonnés de manque de fermeté, le commerce qu'ils ont établi et les efforts qu'ils ont dû fournir pour y arriver disent hautement qu'ils ont les aptitudes nécessaires pour monter une affaire et c'est une preuve d'habileté de leur part que ces concessions faites aux clients et qui peuvent au premier abord sembler être un indice de défaut de volonté.

Les améliorations.

Après l'inventaire, les chiffres obtenus devraient être passés au crible pour procéder à un examen minutieux des opérations de l'année et pour qu'il s'en dégage de nombreuses instructions concernant ce qui est à faire dans l'avenir. Il peut se faire que cet examen, laissant voir un certain profit sur les ventes brutes, déduction faite de toutes les dépenses, permette de remarquer qu'un certain pourcentage des ventes faites n'a pas supporté le taux ordinaire des frais généraux.

Il conviendra donc de reviser soigneusement les prix de vente de telles marchandises et si plusieurs concurrents sont dans le même cas, comme il arrive souvent, discuter avec eux des moyens à prendre pour augmenter le profit à réaliser sur ces articles de première nécessité. Avec la grosse concurrence qui sévit de nos jours et qui englobe tant de lignes, il est indispensable pour le détaillant d'avoir l'oeil à ce que les articles qui forment la base de son commerce lui assurent un bon profit. D'ailleurs, toute chose vendue doit rapporter un profit, quel qu'en soit le volume de vente.

Au point de vue du compte d'escompte et d'intérêt, il est à remarquer que certains marchands se font une gloire de n'avoir jamais recours aux banques pour l'escompte de leur papier. En réalité, ce n'est pas un moyen d'obtenir une bonne fiche de crédit, et c'est bien au contraire par l'usage modéré du crédit dont on jouit qu'on s'attire la confiance des fournisseurs.

Toutes ces choses devraient être en ce temps de l'année l'objet de longs instants de réflexion et ceux qui y consacreront un peu de leur temps ne manqueront pas d'en tirer profit.

LES CONDITIONS ACTUELLES DU COMMERCE

LE COMMERÇANT DE DEMAIN

Jules Simon, un grand philosophe français, disait il y a cinquante ans: "L'argent se coalisera contre nos besoins et contre nos bras. Il nous tuera par le monopole et par l'exploitation... L'humanité tournera dans un cercle et rétablira l'esclavage par l'exagération de la liberté."

Ces prédictions sont maintenant en pleine voie de réalisation. L'argent, en effet, se coalise. De toutes parts des capitaux se groupent. Des magasins immenses se créent. Des sociétés puissantes se forment, et qui accaparent toutes les branches de l'activité industrielle et commerciale. Telle est la situation générale. Et si l'on consulte un savant, un philosophe, un économiste sur les causes de ces transformations profondes, ils répondent, avec un ensemble parfait, que des forces plus puissantes que la volonté des hommes les font évoluer sans cesse; vers le mieux ou vers le pire, il faut évoluer, c'est la loi de la nature.

Espérons que l'accaparement général n'existera que dans un temps très éloigné. Faisons tous nos efforts pour en retarder l'échéance. Souhaitons aussi, si nous ne pouvons mieux faire, que les générations qui viendront après nous soient douées d'une mentalité qui leur permettra de supporter allègrement l'esclavage futur, car l'accaparement général amènera fatalement une sorte d'esclavage qui ne ressemblera en rien à l'esclavage antique, mais n'en sera pas moins une forme d'esclavage moderne.

Quelle est dans cette mêlée humaine la position du commerce? Comment et par qui le commerce est-il exploité?

Il n'y a pas à nier que quelques puissantes maisons représentant dans les grandes villes ce qu'on appelle le haut commerce. Elles étendent leurs relations dans tout le Dominion. Elles font un chiffre d'affaires considérable. Les premières furent à leur début, l'objet de nombreuses critiques. Pendant bien longtemps elles furent considérées comme la plaie du petit commerce, plaie bien anodine comparativement à celle dont nous sommes atteints aujourd'hui. Mais le temps adoucit les choses. Le recul d'un certain nombre d'années permet de mieux apprécier les effets. Et si l'on veut sortir du cadre corporatif pour se placer à un point de vue moins spécial, on peut admettre

que ces maisons, dont les débuts furent modestes, représentent au plus haut degré l'évolution complète d'une carrière commerciale au cours de laquelle furent bien combinés, travail, initiative hardie, capital. Puis, suivant pas à pas les progrès de la science, mettant à profit les inventions modernes, elles prirent au cours de ces dernières années un développement extraordinaire. Il semblerait donc que, fondées par Pierre ou Paul, dirigées par X... ou Z..., elles existeraient quand même, car elles reflètent le caractère commercial de notre époque.

Viennent ensuite, emboitant le pas, un certain nombre de maisons de premier ordre, moins importantes il est vrai, mais dont l'organisation ne laisse rien à désirer. Le mercenaire achalandage dont elles disposent, la qualité et le choix varié des marchandises qu'elles présentent avec goût, leur permettent de rivaliser avec les plus puissantes. Elles forment, dans leurs quartiers respectifs, des centres d'attractions pour les consommateurs. Donc au point de vue social, les grands magasins sont utiles. Malgré les difficultés qu'ils occasionnent au petit commerce, en lui rendant la concurrence plus dure, il ne saurait être question d'entraver leur essor, parce qu'ils sont l'image du progrès. Il n'en est pas de même pour certaines sociétés d'accaparement, dites sociétés à succursales multiples; celles-ci jouent un rôle tout différent. Elles représentent l'argent avec toute sa force brutale; le trust dans toute l'acceptation du terme. Elles accaparent le commerce des denrées de première nécessité, et des objets les plus utiles à l'homme. Elles tuent le commerce individuel. Elles écrasent les malheureux qui se sont trompés en s'engageant dans la voie commerciale. Et nous ne parlerons pas des nombreuses victimes sorties des rangs de leurs collaborateurs.

L'évolution de ces sociétés devra s'accomplir dans une période relativement courte, car elles ne revêtent aucune forme de progrès. Elles ne répondent pas à un besoin. Où elles existent, le consommateur s'en sert à défaut des disparus, mais il n'accueille pas avec joie cette transformation commerciale. Le nom plaqué sur ces boutiques n'est qu'un nom sans personnalité. Et on pénètre à l'intérieur de la maison, cherchant l'âme, on ne trouve en la

personne du gérant qu'un pauvre rouage de la grande machine. Ah! voilà bien leur point faible! Car, si étendus que soient les pouvoirs des gérants, ils ne pourront jamais développer les qualités d'initiative qui font la force du commerçant libre.

Les industriels, les fabricants ne peuvent voir d'un bon oeil s'accroître ce mouvement. Il est de leur intérêt de s'associer au commerce individuel pour l'enrayer, car ils seront bientôt concurrencés ou à la merci de cette omnipotence. Mais si nous examinons bien le fond des choses, si nous prenons la peine de rechercher les causes du mal dont nous souffrons, peut-être aurons-nous à faire notre "mea culpa".

L'existence de ces sociétés est un indice de notre faiblesse. Leur développement est une preuve que les commerçants dignes de ce nom sont en nombre insuffisant. Il y a trop de gens qui se mêlent d'exercer un commerce sans avoir les aptitudes et les connaissances professionnelles nécessaires. Ils croient suffisant d'avoir quelques économies, louer une boutique, acheter quelques marchandises et attendre la clientèle. Ils s'aperçoivent bien vite de leur erreur. Nous ne pouvons donc mieux comparer les succursales à la mauvaise herbe qui croît naturellement sur un terrain mal cultivé, ou cultivé par des gens inexpérimentés qui ne savent mettre en valeur la richesse du sol.

Nous n'avons pas la prétention de tracer ici les devoirs des associations et autres groupements corporatifs. Ils sont trop nombreux, trop complexes et aussi trop spéciaux à la région d'où ils dépendent, mais nous désirons attirer l'attention des intéressés sur un point qui nous paraît d'une importance capitale.

À côté des moyens de défense que nous devons rechercher, à côté des revendications que nous sommes en droit de formuler pour obtenir des pouvoirs publics une législation plus équitable, nous avons une belle et noble mission à remplir, celle de fortifier, de régénérer la classe des commerçants-détaillants. Ne nous attardons pas dans des luttes stériles. Appliquons-nous dès maintenant à former une génération nouvelle de commerçants capables d'affronter la lutte qui promet d'être des plus vives. Recherchons des jeunes gens instruits, intelligents, vigoureux.

Aurons-les d'un bagage sérieux de connaissances professionnelles et faisons en sorte qu'ils aient le sentiment élevé de leur valeur personnelle!

Nous ne pouvons résister à la tentation de citer le passage d'un article de M. Hanotaux, le distingué visiteur que la France nous envoyait il y a quelques mois à peine, sur les qualités que doit posséder le commerçant moderne:

"Saisir les lois de la hausse et de la baisse, connaître les types, prévoir les prix, échapper au bluff et au battage par une étude constante et attentive, se faire à soi-même une sorte de martingale expérimentée et pondérée, ne pas ignorer ces beaux travaux de la science moderne sur la valeur et le prix des choses, s'habituer à considérer quotidiennement l'état du marché universel, comme on consulte le baromètre pour savoir le temps qu'il fera, tels sont les travaux et les études nécessaires au futur commerçant. Il y a loin de cette procédure alerte, souriante et debout, à l'ancienne magistrature commerciale, lente, grincheuse et assise. Mais aussi quel intérêt nouveau! Quelles perspectives ouvertes! Quelle philosophie! Et, ce qui ne gâte rien, quelle sécurité et quels profits!"

La valeur du commerçant de demain sera en raison directe de la qualité du recrutement des personnes qui embrasseront cette carrière.

Attirons l'attention des familles aisées sur cette profession qu'est le commerce; il y a tant de jeunes gens qui sont embarrassés sur le choix d'une carrière; il y en a tant qui adoptent celles de fonctionnaire ou toute autre profession

plus ou moins "libérale" dans laquelle ils végètent toute leur vie.

Affirmons hautement que le commerce dans quelque branche que ce soit ne peut pas périr et pour cause. Nous pouvons dire aussi qu'il a toujours fait vivre largement son homme, l'a conduit à l'aisance et souvent à la fortune. Que les jeunes gens d'aujourd'hui méditent cette pensée et qu'ils agissent en conséquence; ils n'auront pas à le regretter. Ils formeront la vaillante armée qui débarrassera le terrain commercial de la mauvaise herbe qui l'enlace. Ils seront l'honneur des associations corporatives dont ils feront partie.

GREVES ET LOCKOUTS AU CANADA EN 1912.

Les statistiques préparées par le ministère du travail démontrent que le nombre des grèves et des lockouts au Canada, au cours de l'année 1912, dépasse le nombre de n'importe quelle année depuis que le ministère a commencé sa collection de statistiques, qui remonte à 1901.

Le nombre total des grèves et des lockouts rapportés comme ayant commencé en 1912 a été de 148. Il y a aussi eu deux grèves affectant la situation industrielle qui ont commencé en 1911 et se sont continuées en 1912. Le plus grand nombre de grèves enregistré en n'importe quelle année avant 1912 a été en 1907, alors qu'il y eut 146 différends commencés. Il est digne de remarque, cependant, qu'une forte proportion des grèves et lockouts de 1912 a été relativement de peu d'importance, 111 des différends commencés dans le cours de l'année affectant moins de 300 employés, tandis que 85 ont affecté moins de 200 employés.

Les différends du caractère le plus grave, en ce qu'ils affectaient un grand nombre d'employés, ont été ceux des journaliers de chemins de fer dans la Colombie Britannique. Deux différends affectant directement 9,000 journaliers se sont produits sur les lignes de chemins de fer en construction dans cette province, la perte de temps causée par ces différends étant approximativement de 441,000 jours ouvrables. Une grève d'ouvriers en vêtements à Montréal, qui a été déclarée en juin et a duré près de sept semaines, a causé aux employés une perte d'à peu près 143,500 jours, le nombre des employés laissés sans ouvrage par ce différend étant 4,500. Les autres différends sérieux de l'année ont été ceux des mineurs de charbon à Cumberland et Ladysmith et des mineurs d'or à Porcupine, Ont., qui n'étaient pas encore terminés à la fin de l'année. Il y a eu un grand nombre de grèves dans les métiers du bâtiment, dont quelques-uns ont causé aux employés une perte de temps considérable, notamment celles des charpentiers à Winnipeg et Calgary. La majorité, cependant, ont été des grèves déclarées en attendant la conclusion de nouveaux contrats et ont duré relativement peu de temps.

Sur les 148 différends qui ont commencé en 1912, 108 intéressaient plus de 2,000 employés chacun, cinq plus de 3,000 chacun, et onze ont affecté de 300 à 1,000 employés chacun. Le nombre total des employés intéressés dans les différends industriels de l'année a été à peu près 40,511, contre 28,898 en 1911 et 19,554 en 1910.

Pour conserver les petits objets en os, en ivoire, sans craindre de les voir se fendre, et quand on ne craint pas de modifier quelque peu leur coloration, on peut tout simplement les faire baigner un certain temps dans de la paraffine chauffée au bain-marie. Il faut naturellement que les objets restent d'autant plus longtemps qu'ils sont plus gros. La paraffine pénètre à l'intérieur et empêche aucune fracture, au-

PREPAREZ - VOUS POUR PAQUES

Le temps **OPPORTUN** est le principal agent dans l'augmentation de vos ventes.

Le marchand qui est pourvu de tout ce qu'on lui demande, fait de profitables ventes — et établit une solide réputation à son commerce.

Ordonnez par poste ou de notre voyageur. Nous pouvons expédier tout de suite.

Voici une liste de quelques bons vendeurs pour PAQUES.

Spécial : Boucles en Chiffon . . .	\$2 25	la douz.
1222 " " . . .	2.25	"
D1077 " " . . .	2.00	"
0103 Collets Robespierre . . .	4.50	"
0166 " " . . .	4.50	"
093 " " . . .	4.00	"
0131 " " . . .	3.25	"
1303 " " . . .	2.25	"
A131 Frilling à manche . . .	1.75	"
A25 " " . . .	2.12	½ "
A144 " " . . .		
en dentelle ombragée . . .	3 25	"
141 Ceintures Cuir Verni . . .	1.50	"
143 " " " . . .	1.75	"
033 Mouchoirs de fantaisie . . .	6.00	"
053 " dentelle . . .	6.75	"
052 " " . . .	4.50	"
025 " Brodés à la main . . .	4 50	"
F15 " Dentelle . . .	2.25	"
034 " Broderie . . .	2 00	"
F6 " " . . .	1.50	"
84 " "90	"

THE W. R. BROCK Co., (LIMITED.)
MONTREAL.

A TRAVERS LES NOUVEAUTES

LA MODE

La vogue des dentelles a donné lieu à une production ravissante de dentelles fabriquées en laize, dans lesquelles on coupe hardiment comme dans toute autre étoffe, et qui produit des effets aussi riches qu'élegants. Ces dentelles d'imitation fabriquées à la machine sur une grande échelle sont un tour de force industriel. Elles se rapprochent singulièrement des dentelles anciennes, de tous les points, tous les réseaux, dont elles ont la souplesse vaporeuse. Des laizes de Malines sont aussi légères, aussi fluides que les points anciens de cette dentelle si renommée; de même pour la dentelle duchesse, pour les applications, pour certains points imitant le réseau et les guipures Renaissance.

Ces dentelles, mises en oeuvre avec les satins, les lampas, les beaux brochés rehaussés d'or et d'argent, les moires à larges effets, les pékins, donnent les plus beaux effets. Les dispositions sont variées, que difficilement on peut en donner une idée. Beaucoup de rubans sont employés aussi pour rehausser la toilette et là, encore, c'est une variété infinie.

Costumes tailleurs.

Pour les costumes tailleurs, chaque maison cherche à imprimer son goût particulier à ce genre de toilette qui ne comporte cependant pas de grandes complications ni de grands changements.

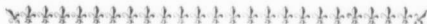
Nous voyons beaucoup moins ce qui était une innovation à la saison dernière, les parties flottantes se détachant de la jupe; les plis restent inférieurs, mais le tout compose la jupe. Les femmes, désireuses de se commander actuellement un costume tailleur, dont la durée est peut-être moins éphémère que celle des autres toilettes, songeront que le printemps est moins loin de nous qu'on ne serait tenté de le croire en voyant les jours si courts encore. Les draps, les covercoat, les serges restent les tissus d'usage; la jupe et la veste sont classiques, la veste est un peu plus longue, et déjà nous lui voyons donner le nom de casaque, ce qui évoque l'idée d'un certain ajustement.

Dans l'attente de la nouveauté, on évitera la taille raccourcie. En effet, de plus en plus nous voyons la tendance à lui faire reprendre la place normale. La taille raccourcie est contraire à l'esthétique pour bien des personnes; le moindre embonpoint contrarie cette façon de s'habiller. Quant aux femmes très grandes, la jupe devient alors d'une longueur maladroite. La taille courte n'avantage guère que les femmes petites et très minces dont le buste n'a pas de lignes très accentuées. C'est à chacune de décider ce qui lui convient.

Pour les vestes et les vêtements longs, nous verrons de moins en moins, pensons-nous, la martingale placée haut à la taille dans le dos. Toutefois, la veste du costume tailleur reste, à quelque légère différence près, ce qu'elle était ces dernières saisons. La blouse russe, dite "moujick", se fait en tissus très différents, surtout dans le genre habillé, mais ne peut alors remplacer le costume tailleur.

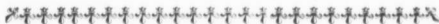
Robes couturières.

Le velour noir conserve toute sa vogue, et nous pouvons compter qu'il la conservera encore tout le printemps. Sur une jupe de velours noir, voici un petit corsage très gracieux, fait à courtes basques plates ne dépassant pas les hanches; le



Costume tailleur

En worsted rayé blanc et noir. La jaquette montre l'effet de blouse modifiée avec ceinture de même tissu. Plis sur les hanches. Corsage de moire blanche.



corsage s'ouvre devant sur un petit gilet de broderie japonaise aux nuances vives et variées; un col de dentelle du-chesse genre marin s'échancré devant et retombe très bas dans le dos; haute ceinture en satin noir drapé fixée de côté par un très gros chou. Cette toilette est pratique et a très bon air.

En voici une autre en satin pourpre dont le bas est terminé par une bande de skungs. Sur cette jupe, une blouse russe en velours noir serrée à la taille par une écharpe de satin noir et pourpre double face terminée par des pans étroits et une large plaque de passementerie rouge et noire. Cette veste est ouverte et très échancrée devant sur un gilet de satin rouge assez décollé. A l'ouverture de la veste, un étroit rouleau de skungs.

Les échancrures de corsage ou de veste se font surtout en cœur et très ouvertes devant; souvent même l'ouverture se dessine derrière également; les femmes n'hésitent pas à se décoller dans la journée, et nous avons pu voir tout l'hiver les robes ouvertes comme en plein été, un tulle léger recouvrant à peine l'épiderme. Il faut dire que les larges écharpes de fourrure sont un grand secours; nous devons aussi constater que le chauffage intérieur des habitations a fait de grands progrès; les radiateurs se multiplient, répandant un grand bien-être dans toutes nos maisons; on leur reproche l'aspect inesthétique qu'ils donnent à un intérieur élégant, aussi s'applique-t-on à les dissimuler; un très joli moyen est le rideau de perles, grosses perles de verre taillées éclatantes, que l'on enfle comme un chapellet, et dont les rangs serrés dissimulent complètement le radiateur. Les femmes adroites pourront à peu de frais embellir leur home grâce à ce procédé qui a l'avantage de ne pas diminuer la chaleur. Le rideau de perles en même temps, est d'un entretien facile et inaltérable.

Beaucoup de manchons assortis à la toilette; ils sont immenses, on les décore de noeuds de dentelle, de plumes ou de quelques bandes de fourrure; munis d'une poche intérieure, ce sont surtout des manchons, de maintien, que l'on conserve dans les salons lorsqu'on s'est débarrassé dans l'antichambre des manteaux pesants.

Manches.

On s'est peut-être beaucoup hâté en annonçant la mort des manches kimono, car quantité de formes tout récemment créées s'en inspirent encore énormément. Lorsque les manches ne sont pas absolument attenantes aux corsages, elles conservent pourtant à l'emmanchure la forme à laquelle on reste fidèle depuis plusieurs saisons, cela tout simplement parce que la couture d'entourure, placée exactement au-dessus de l'épaule, n'existe plus et qu'elle se trouve maintenant sur le haut du bras, presqu'à la saignée.

LINGERIE.

Combinaison jupon-cache-corset.

Deux formes se présentent à nous; la forme avec taille marquée par une sorte de petite ceinture très étroite ou, plus souvent encore, par un trou-trou passe-riban en broderie et la forme dite "princesse" sans aucune couture ni ajouture à la taille.

Pour confectionner la première on doit commencer par tailler une sorte de cache-corset à taille courte, composé de cinq morceaux: deux devant et un dos en trois morceaux à cause de deux pinces montantes destinées à maintenir les omoplates et à retirer un peu d'ampleur à la taille.

Suivant que la combinaison adoptera la forme Empire ou la forme ordinaire, le cache-corset s'arrêtera sous les bras ou formera les épaulettes. Dans tous les cas, le droit fil doit se trouver strictement, en ce qui concerne le sens de la hauteur, au milieu du dos et au milieu des devants, que la combinaison se boutonne dans le dos ou sur le devant. Dans le sens de la largeur on doit retrouver le droit fil absolu en suivant le tour de poitrine à l'endroit où on a coutume d'en prendre la mesure. Seules les coutures des dessous de bras seront biaisées autant qu'il sera nécessaire, ainsi que les pinces montantes du dos. Au lieu des fronces qu'on a coutume de faire aux cache-corset ordinaires, on prendra l'ampleur des devants dans une pince. On pourra également remplacer cette pince par quelques petits plis de lingerie, surtout si le haut du cache-corset en est orné.

Toutes les coutures du corsage, pinces, dessous de bras, épaules doivent être assemblées en coutures anglaises.

Quelle que soit la garniture dont on désire orner le haut de la combinaison, elle ne devra être installée et cousue que lorsque le corps sera entièrement terminé.

Il en est de même pour le bas qui adoptera, dans l'espèce, la forme d'un jupon.

Rappelons-nous, avant tout, que le rôle de la combinaison est d'éviter les épaisseurs froncées et plis sous la robe et qu'elle doit, en conséquence, être aussi plate, aussi ajustée que possible.

Puisqu'on a supprimé l'usage du petit jupon de dessous qu'on plaçait entre le pantalon et le "jupon-costume", la combinaison doit avoir la longueur qu'aurait ce dernier.

Cette partie se compose de cinq morceaux, tout comme la partie supérieure, ou cache-corset. Les coutures sont ainsi disposées: l'une au milieu du devant est légèrement biaisée depuis le milieu de la hauteur jusqu'en haut; deux autres (une de chaque côté) suivent la couture des dessous de bras du cache-corset, elles sont reprises dans le haut de manière à épouser étroitement les hanches; deux autres coutures suivent la ligne des pinces montantes, un peu biaisées du haut, très ajustées au corps, tandis que, dans le bas, elles sont à peu près complètement droit fil, ne laissant que la largeur nécessaire à l'un de nos Jupons d'aujourd'hui; enfin, nous avons la couture du milieu du dos qui suit le mouvement de ses voisines. Que la combinaison se boutonne au milieu du devant ou au milieu du dos, cela n'a aucune importance, puisque, à ces deux places, le jupon possède une couture qu'on pourra ouvrir à volonté.

Le droit fil doit passer rigoureusement sur les hanches, tout autour.

Pour tailler le jupon de cette combinaison, on plie l'étoffe en deux, comme toujours, et l'on place le long de la ligne le milieu du devant et le milieu du dos.

LA MONARCH KNITTING COMPANY

Le premier rapport fourni par la Monarch Knitting Company couvrait dix mois et demi, soit du 15 janvier 1912, date du commencement des opérations de la présente compagnie au 30 novembre 1912. Les profits nets pour cette période furent de \$108,232, ce qui pratiquement couvre quatre fois le dividende de 7 pour cent sur le stock préférentiel et montre quelque chose comme 14 pour cent sur le stock ordinaire, après les déductions d'usage. Les appropriations diverses pour dividendes, etc., avec les \$50,000 déduits prirent \$106,820, laissant une balance à reporter de \$91,412.

La feuille de balance montrait un très gros surplus d'actif sur le passif.

La compagnie procède à une importante extension de son usine et fait rapport de sa satisfaction du volume d'ordres reçus depuis le commencement de 1913.



Nouvelle Etiquette pour les "Steelclad Galateas"

Pour éviter toute confusion avec les étiquettes employées sur les "GALATEA" ressemblant aux "STEELCLAD", nous avons modifié l'étiquette "Steelclad Galatea" tel que ci-dessus.

STEELCLAD GALATEA

Est le Tissu Idéal pour vêtements pour dames et enfants.

Léger, il ne se rétrécit ni ne se relâche. Il est d'un très beau fini. Il mesure plus de $\frac{3}{4}$ de verge en largeur. Il se détaille avec un bon profit à des prix populaires.

Mettez "STEELCLAD" sur vos rayons
Il se vendra toute l'année durant.

Voyez votre Fournisseur en Gros pour les Marchandises Fabriquées et Garanties par

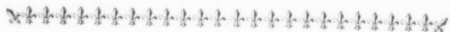
Dominion Textile Company, Limited.

TORONTO

MONTREAL

WINNIPEG

LES CARACTERISTIQUES DE LA MODE



Robes d'après-midi

La combinaison de deux tissus est un point marquant de la nouvelle mode. Dans ce modèle, du radium à fleurs est employé sur du chiffon plissé. La garniture de velours pour l'été est également une caractéristique de la mode.



BONNE ATTENTION POUR LES COSTUMES

La grande variété de style, de matériel et de couleurs est un indice favorable

Les ordres placés à ce jour, prouvent que les acheteurs s'attendent à une bonne demande en costumes. Beaucoup de renouvellements d'ordres sont espérés dans un avenir prochain par les manufacturiers qui considèrent les indications présentes comme favorables à une bonne saison de jaquettes pour costumes.

Un facteur permettant d'escompter cette situation est la large variété de styles. La veste blouse, par exemple, est montrée dans un très grand nombre de formes, avec une ampleur considérable tombant sur la ceinture, et aussi en effet Bulgare avec la ceinture placée à la taille basse.

La coupe évasée entre également dans beaucoup de styles variés, depuis le simple tailleur élégant fermant à deux ou trois boutons, jusqu'à la jaquette compliquée avec des garnitures au dos, coutures bizarres et revers et manchettes fantaisie.

La jaquette coupe droite qu'on appelle fréquemment la jaquette chinoise, est également faite en styles variés. Quelques-unes sont terminées avec un revers simple semblable à un Tuxedo d'homme et d'autres avec une blouse fantaisie.

Pour pousser encore plus loin la variété, beaucoup de tissus différents sont employés. Les couleurs au surplus, ne se confinent pas à quelques teintes fondamentales; mais comprennent les bleus marine, les Copenhague et autres bleus, les teintes variées de brun et de noir et quelques couleurs plus légères, principalement parmi les roses.

LES TISSUS LAVABLES

La toile, la ratine et le tissu éponge sont en faveur — La variété des couleurs

Beaucoup d'élégants costumes lavables ont été confectionnés pour l'été en styles semblables à ceux représentés en word-steds et en soirées. Les toiles de toutes espèces, dans les coloris naturels aussi bien qu'en rose, gris, vert, bleu-marine, brun et bleu Balkan sont acceptées avec empressement. La ratine de coton et le tissu éponge seront également employés à un très haut degré pendant l'été et toutes les autres nouveautés de tissus lavables seront employées dans un excellent effet.

L'idée de combinaison est remarquée dans beaucoup des numéros élégants. Par exemple, une jaquette de ratine rose est combinée avec une jupe blanche, et un costume ayant la blouse en coton broché aura la jupe en tissu uni.

Les toiles et ratines avec des ourlets à jour aussi bien que les toiles brodées sont prises en bonne quantité. Les ratines de nouveauté avec de jolies bordures sont employées dans beaucoup des costumes de haut prix.

Bien que beaucoup des costumes les plus chers soient faits dans des lignes strictement tailleur de manière à ce qu'ils puissent être facilement blanchis, la tendance est pour les costumes présentant quelque garniture.

L'emploi de ratines ou de toiles imprimées pour costumes lavables de couleurs légères est d'un très gracieux effet. La soie est aussi employée, particulièrement le moiré noir, la paille et le brocat.



AVIS SPECIAL

AU

Commerce de Bonneterie et de Sous-Vêtements

Etant une compagnie nouvellement organisée, nous soumettons les points suivants à votre considération :

Le personnel de la Compagnie est, pour le commerce, une garantie suffisante de l'excellence de ses produits et une proposition avantageuse pour les marchands portant nos lignes. Les principaux membres de Mercury Mills sont :

JOHN PENMAN

Président

(Fondateur de Penmans Limited)

RICHARD THOMSON, Vice-Président et Gérant Général

(Ancien Gérant-Général de Penmans Limited)

HAROLD G. SMITH

Secrétaire-Trésorier

(Ancien Gérant du Département de Bonneterie de Penmans Limited)

Tous sont bien connus dans le commerce comme des hommes d'une vaste expérience et, comme nous avons fait choix de machines les plus modernes, nous sommes en mesure de produire des

**Sous-Vêtements pour Hommes, de la plus haute qualité.
Bonneterie Supérieure pour Hommes, Femmes et
Enfants, en Coton, Mercerisé, Cachemire et Soie.**

Notre politique est de vendre directement de la fabrique aux détaillants et nos voyageurs couvrent le Canada d'un océan à l'autre. Une inspection de ces marchandises vous sera profitable.

MERCURY MILLS, LIMITED

HAMILTON, CANADA

Distributeur pour la province de Québec :

**J. Carson, 149 Rue Notre-Dame Ouest,
MONTREAL.**

Les cols de lingerie donnent aux costumes lavables un joli brin de fini et les manufacturiers les emploient à un degré considérable.

Les blouses de toutes sortes, jaquettes à coupe évasée et jaquettes chinoises à coupe droite sont montrées dans les lignes de costumes lavables. Celles-ci sont faites tout à fait courtes, ordinairement de 24 à 26 pouces environ.

Très souvent, les jupes montrent l'introduction de quelques plis et certains ont des suggestions de draperie, mais la tendance est pour les jupes les plus simples, car elles s'adaptent mieux aux tissus lavables que les styles drapés de façon plus compliquée.

LES COSTUMES POUR JEUNES FILLES

La tendance des styles, des garnitures et des couleurs est particulièrement favorable à la prochaine saison

Les manufacturiers qui portent quelque attention aux vêtements s'adaptent particulièrement aux silhouettes petites et menues ont préparé quelques numéros excellents d'autant plus aisément que les styles de printemps répondent parfaitement bien aux lignes affinées de la jeune fille.

La blouse, par exemple, est à la fois jeune d'effet et revêt avec succès les silhouettes des jeunes filles de 15 ou 16 ans qui sont plutôt difficiles à habiller.

La plupart des formes évasées conviennent aussi particulièrement bien aux femmes qui recherchent la minceur et la courte jaquette chinoise s'adapte également à souhait aux femmes jeunes.

Pour différencier le costume de la jeune fille de celui destiné à la femme plus âgée bien que de dimension semblable on compte beaucoup sur les garnitures. Le plus souvent ces dernières quand il s'agit de costumes de jeunes filles sont de couleur beaucoup plus claire que celles figurant sur des costumes destinés au port de la femme d'un âge plus avancé. Les couleurs bulgares et chinoises qui sont si populaires en ce moment se prêtent elles-mêmes très volontiers aux ornements et sont employées très largement sur beaucoup des plus récents modèles du printemps.

Les ceintures qu'on remarque et sur blouses russes et sur les blouses bulgares sont souvent faites de soie de fantaisie quand elles s'appliquent aux jeunes filles, et donnent à ces costumes une saisissante apparence de jeunesse.

La vogue des couleurs claires qui grossit à mesure que la saison avance sera aussi un atout pour la vente des costumes pour jeunes femmes. Le rose et autres teintes douces de rouge, les tannés nouveaux, les verts et les bleus des Balkans et de Copenhague sont tous bien pris, en addition aux nuances fondamentales telles que le bleu-marine, le brun et le noir.

BONNE ATTENTION POUR LES JUPES SEPARÉES

Le développement des styles pour le printemps favorisera l'augmentation de la demande

Les manufacturiers de jupes séparées se sentent encouragés par la vente du printemps car la mode est plus que jamais en faveur des jupes séparées. En d'autres termes, beaucoup de modèles élégants montrés actuellement sont faits d'une combinaison de deux tissus, ce qui, pense-t-on, augmentera l'intérêt en jupes séparées.

Alors que le blanc est en faveur marquée, les carreaux et les rayures partagent cette faveur et feront excessivement bien avec certaines nouvelles jaquettes courtes dont les modèles sont déjà créés. Dans les numéros à prix populaires, la jupe compor-

tant quelques plis sur le côté, devant ou derrière, est une grande favorite. Ces plis partent quelquefois de la taille, mais sont piqués au-dessous des hanches. Dans quelques cas, l'effet d'étroussette à la cheville est note.

Les plis derrière sont rencontrés sur quelques-uns des modèles les plus vendants et les effets de tablier, devant et derrière sont rencontrés avec succès.

Les jupes-tuniques sont très appréciées et les tuniques simulées donnant l'effet de jupes de deux ou trois tiers sont bien considérées. Quelques-unes des plus nouvelles de ces tuniques sont faites pour donner l'effet de blouse russe et rencontreront l'approbation générale dans les grandes villes.

Beaucoup de modèles montrant des suggestions de draperie ont été produits cette saison et se vendent en larges quantités. La plupart de ceux-ci présentent une légère ampleur sur les côtés se perdant dans le tablier de derrière, ou une légère ampleur d'un seul côté venant se perdre sur le devant.

Quelques jupes d'un modèle spécial ont l'ampleur réunie à la couture de devant, donnant ainsi la nouvelle note orientale. Celles-ci cependant ne rencontreront pas probablement l'approbation générale.

Les idées de draperie orientale ou classique sont traduites dans les jupes de style les plus dispendieuses, mais la demande pour ces articles est très limitée et la tendance est plutôt pour les effets plus simples.

Tandis que la serge, comme toujours, est un bon vendeur, il y a eu beaucoup de demandes pour jupes de ratine et de tissu-éponge, en uni et en fantaisie. Les worsteds et popelines de soie sont également pris largement par la plupart des gros acheteurs. Les cotons et cordés Bedford sont en bonne demande. Les mélanges de fantaisie ne jouissent que d'une faveur moyenne.

Beaucoup d'élégants modèles à carreaux ont été lancés récemment et donnent de bonnes espérances.

En fait de jupes lavables, les piqués, les cordelines, les reps, les variétés de toiles et de tissus-éponge sont les fournitures qui priment.



Un des plus nouveaux effets de cols avec jabots. La partie du col est en net fin garni de véritable Cluny avec revers de satin noir. Le jabot est fait de net orné de dentelle de nouveauté.

Printemps 1913

EUREKA

Pour toutes marchandises, cette marque est la plus grande garantie de valeur.

Etoffes à Robes, Soieries, Mousselines, Toiles, Gingham.
Indiennes, Cotons, Flanellette. Tweeds, Serges, Bas, Gants
Tricots, Sous-Vêtements, Blouses, Lingerie, etc., etc.
portant cette marque si en renommée sont en vente
exclusivement par nous.

Les Chemises "HERO"

sont de notre fabrication et obtiennent beaucoup de succès pour leur vente rapide.

Assortiment complet dans tous nos départements.

Garnitures de maisons. Rideaux, Portières, Tapis,
Rugs, Prelarts, etc.

Ne peuvent être surpassés en qualité et prix.

Notre représentant vous rendra visite sous peu, attendez-le avant d'acheter.

ALPHONSE RACINE, LIMITEE

Negociants et Fabricants

OTTAWA

MONTREAL

QUEBEC

LES MANTEAUX COURTS

On montre beaucoup de nouveautés dans les articles de prix

A mesure que la saison avance, la tendance semble s'orienter vers des vêtements de dehors de plus en plus courts. Dès le début, on considéra les manteaux de printemps comme plus courts que d'ordinaire par suite de leur coupe évadée qui les réduisait sensiblement sur le devant, mais il n'était nullement question de diminuer la longueur du dos. Mais, à présent, beaucoup des modèles les plus récents ajoutés aux lignes déjà établies sont manifestement plus courts, quelques-uns n'atteignant dans le dos que 30 pouces et touchant tout juste la taille devant.

Ces petits manteaux courts sont ordinairement faits de tissus de choix et destinés à la meilleure classe de commerce, mais on pense généralement que lorsque les temps chauds seront venus on confectionnera beaucoup de ces petits manteaux courts séparés en tissus de prix populaires pour être portés sur de légères robes d'été.

LA SOIE CORDEE OU LE MOIRE

Ils sont substitués au Crêpe de Chine dans les lignes de haute qualité

Le manque de Crêpe de Chine a eu un effet favorable sur le débit des robes de soie dans les tissages cordés, tels que la bengaline, l'ottoman et la faille, ainsi que pour celles faites de tissus d'effets moirés. Ceci s'applique particulièrement à la meilleure classe de marchandise car les robes faites de ces tissus doivent nécessairement être d'un prix plus élevé que les modèles faits de Crêpe de Chine.

Lorsque la robe est complétée par un manteau, deux tissus sont souvent employés, tels que la faille et le moiré, le crêpe Serpentine et la bengaline ou le crêpe Serpentine et la faille. Par suite de sa qualité de résistance, le tissu cordé est ordinairement employé pour le manteau. Les tissus doux font des effets de draperie et de blouse plus attrayants.

LES CREPES ET LES VOILES

Ils sont largement employés dans les robes et sont souvent combinés avec des tissus plus lourds

Les robes de crêpe de coton et de voile sont prises actuellement en excellentes quantités par les détaillants. Les robes unies avec tunique droite et jupes étroites plissées ou en dessin de blouse russe sont l'apanage des articles plus chers. Les gros numéros vendants sont les styles de nouveauté.

La combinaison d'un tissu de texture plus lourde avec du crêpe ou du voile est rencontrée dans la plupart des plus élégants modèles de ces robes. Par exemple, une robe-manteau en effet de jaquette de coupe fuyante à la jupe de voile, avec une large bande de toile ou de tissu-éponge au bord. La jaquette est également faite d'un tissu plus lourd et a souvent un dessous de blouse de crêpe, spécialement quand la jaquette affecte la forme boléro sur le devant.

Le contraste des teintes constitue un autre nouveau point marquant, le tissu léger étant ordinairement blanc, tandis que l'autre tissu est en bleu de Hollande, en tanné, en rose, en cuiré ou en westaria.

Les voiles brodés ont pris exceptionnellement bien, spécialement les bordures en effet de ratine. Celles-ci ont ordinairement de 10 à 12 pouces de large; certaines cependant n'ont que 4 pouces.

La popularité des couleurs a provoqué une forte demande pour ces voiles brodés, principalement pour ceux dont les modèles sont préparés en doux tons orientaux.

Quelques-uns montrent plusieurs couleurs, mais les numéros les mieux vendants sont confectionnés en couleurs solides dans les nouvelles teintes de bleu, vert, jaune, rose, violet et tanné.

Les dentelles des variétés les plus lourdes apparaissent à profusion dans les modèles habillés, spécialement dans ceux ayant des effets de draperie et dans les robes de bal. Quelques-unes des robes les plus élégantes garnies de dentelles sont développées en voiles de couleurs, de préférence en tons pastels. La plus grande proportion de ces robes, cependant, est faite en rose, car cette teinte est actuellement très répandue dans toutes les sortes de marchandises.

LES CORSAGES DE CHIFFON

La vogue pour blouses de tissus légers ne montre aucun signe de ralentissement

La prédiction faite que le chiffon baisserait en faveur dans le commerce de haute classe par suite de son emploi intensif dans les marchandises de prix populaires n'a pas été confirmée par les événements. Le chiffon, en uni, en imprimé et en crêpe est rencontré dans les blouses les plus coûteuses et les manufacturiers rapportent que la quantité de ces modèles déjà dérivée dépasse celle d'une période similaire depuis bien des années.

L'influence Orientale a certainement imprimé une forte impulsion qui a accentué ce mouvement. Les doux et riches coloris donnent un air de nouveauté et la combinaison de tons vifs avec des teintes sombres contribue à attirer l'attention sur ces lignes qui furent plutôt foncées pendant les deux saisons passées.

L'introduction de ces couleurs dans les numéros habillés produit aussi un effet très attrayant dans les départements de détail, facilitant notablement la vente. De fait, l'intérêt des femmes bien habillées est intensifié par la sollicitation muette de la section des corsages quand elles visitent un magasin; au lieu de choisir un corsage qui s'harmonise avec son costume, la femme se trouve en présence de nombreuses nouveautés toutes plus séduisantes les unes que les autres auxquelles ses préférences vont naturellement.

Les corsages blancs en crêpe de chiffon, qui sont à présent si fashionables avec les costumes tailleur montrent de la broderie à la main en filoselle bleu sombre avec des boutons blancs et bleu de fantaisie pour finir.

Sont également gracieux les modèles de haute nouveauté avec dessins imprimés en fortes couleurs orientales sur un fond bleu sombre.

Ne vendez que du bon, votre réputation sera bonne et vos affaires iront en augmentant.

Lutter contre un concurrent par des moyens déloyaux est pis que malhonnête, c'est maladroite.

Tromper le client sur la valeur réelle de l'article, c'est voler et c'est travailler contre soi-même.

MODES



Il y a beaucoup de vérité et de nature humaine dans cette vieille maxime : "Je veux ce qu'il me faut quand j'en ai besoin." Cette caractéristique particulière au sexe féminin s'affirme surtout lorsqu'il s'agit de commander les **Modes** pour le **Printemps**. Ne le désappointez pas. La maison **McCall** peut faire le **service**. Voilà ce dont il faut vous souvenir quand vous placez vos commandes. **Six points de distribution sont à votre service.**

The D. McCALL COMPANY, Limited

232 RUE MCGILL, MONTREAL, Québec.

Winnipeg

Vancouver

Toronto

Ottawa

Québec

LES CHAPEAUX



Modèle de D. McCALL

LA TENDANCE DES GARNITURES DE CHAPEAUX

Crêpe anglais de couleur.
Blé à longues fibres.
Petites fleurs de couleurs claires.
Rubans bulgares de fantaisie.
La plume de Numidie continue à être
extrêmement élégante.

Fort renouveau d'intérêt pour le goura.
Autruche, spécialement en effets de
nouveau.

Dentelle d'ombre sur modèles habillés.
Garnitures de bandeau spécialement
dans le dos.



Modèle de D. McCALL



Pour les Nouveautés
en fait de

MODES

Voyez "Debenhams"

Toutes les formes de chapeaux fashionables.
Garnitures en fleurs des plus récents coloris.
Nouveautés du meilleur effet en ailes et aigrettes.
Rubans de velours aux plus nouvelles nuances.
Rubans de fantaisie étroit et bordé.
Effets Bulgares en Rubans, Tulles, Fleurs et Ornaments.

Les COMMANDES par la POSTE reçoivent notre plus
prompte attention.

DEBENHAMS (CANADA) LIMITED

18-20 RUE STE-HÉLENE

OTTAWA

MONTREAL

QUEBEC.



La Qualité Crée Les Affaires Durables

Le succès de nos clients est d'abord rendu possible du fait que nous leur fournissons des vêtements **absolument dignes de confiance**.

Le

Campbell's Clothing

n'est jamais bizarre comme coupe, ni criard comme couleurs, mais toujours un bon vendeur.

Nous montrons maintenant l'**assortiment entier** de complets et de pardessus.

Si vous n'êtes pas satisfaits de vos fournisseurs actuels nous serons heureux de faire connaissance avec vous.

Nos clients apprécient hautement nos vêtements **Faits Sur Mesure** et nous sollicitons toutes demandes d'informations s'y rapportant.

The Campbell Manufacturing
Company, Limited

MONTREAL

LES CHAPEAUX

LARGE VARIETE DE STYLES.

La diversité des fournitures et les multiples méthodes d'application constituent une caractéristique favorable.

Beaucoup de nouvelles formes champignon sont présentées, mais les bords relevés prédominent encore. — Il y a une forte renaissance des fleurs et des rubans. — Les effets de plume de haute nouveauté continuent à être en faveur.

D'après les indications présentes, la saison prochaine sera excellente pour les chapeaux. Les créateurs des styles des chapeaux ont donné leur approbation à toute une série de fournitures et de méthodes d'application qui est presque sans limite. Les ordres remis couvrent une ligne très variée de marchandises.

Le chanvre demeure favori.

Pour ce qui est des fournitures premières, le gros mouvement est en faveur du chanvre, tandis que dans les lignes exclusives l'attention se porte sur le Milan.

Les articles velus, en véritable ou en imitation, sont en assez bonne demande.

Les chapeaux de paille d'Italie montrent quelque perfectionnement. La plupart des importations actuellement reçues comprennent au moins un modèle de paille d'Italie garnie de fleurs et de ruban.

Les formes champignon.

Les bords roulants et relevés n'ont rien perdu de leur prestige, mais les champignons ont rapidement grandi en faveur. Les gracieux petits bonnets et les formes relevés dans le dos donnant l'idée du style Louis XVI ont une large représentation.

Les gracieux petits turbans sans bords ou avec bords ajustés sont compris dans presque toutes les lignes. Les marins à bords plats garnis soit d'une bande et d'un petit bouquet, soit d'un petit plumet rigide ou d'une aigrette de fleurs sont offerts couramment.

Le crêpe anglais, le blé et les cerises.

Le crêpe anglais de couleur est décidément nouveau et élégant, mais il est si dispendieux que sa distribution sera limitée.

Le blé est largement employé, spécialement les longs épis minces avec de grandes barbes de soie.

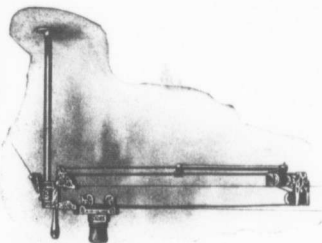
Les cerises en guirlande ou en effet de branche sont fréquemment notées. Elles sont employées soit seules, soit avec des fleurs ou avec des rubans.

Petites fleurs de nuances claires.

Les expositions de cette saison présentent un aspect de jardin garni de fleurs et cet effet est dû aux nombreuses formes colorées offertes et aux fournitures de nuances claires comprenant fleurs, rubans, chiffons, soies, ratines, etc.

Dans les fleurs, les bouquets mode-d'autrefois composés de fleurs telles que roses, myosotis, mignonette, etc., sont en haute faveur. Les pommes de toutes descriptions sont très aimées, les variétés japonaises principalement. Les nouveautés de roses japonaises sont considérées favorablement. Beaucoup de détaillants s'attendent à un bon débit en fleurs. La raison en est à la vogue pour les couleurs claires.

LAMSON



Célérité
Economie
Sûreté

Les Transmetteurs de Lamson améliorent votre service par une centralisation sensée et une égale répartition du travail.

Faires disparaître les déplacements inutiles ; réduisez la liste de paye et accélérez le travail.

Donnez au caissier la tranquillité et l'isolement qui assurent les comptes exacts.

Et contresignez chaque vente, qu'elle soit au comptant, à débiter ou C.O.D.

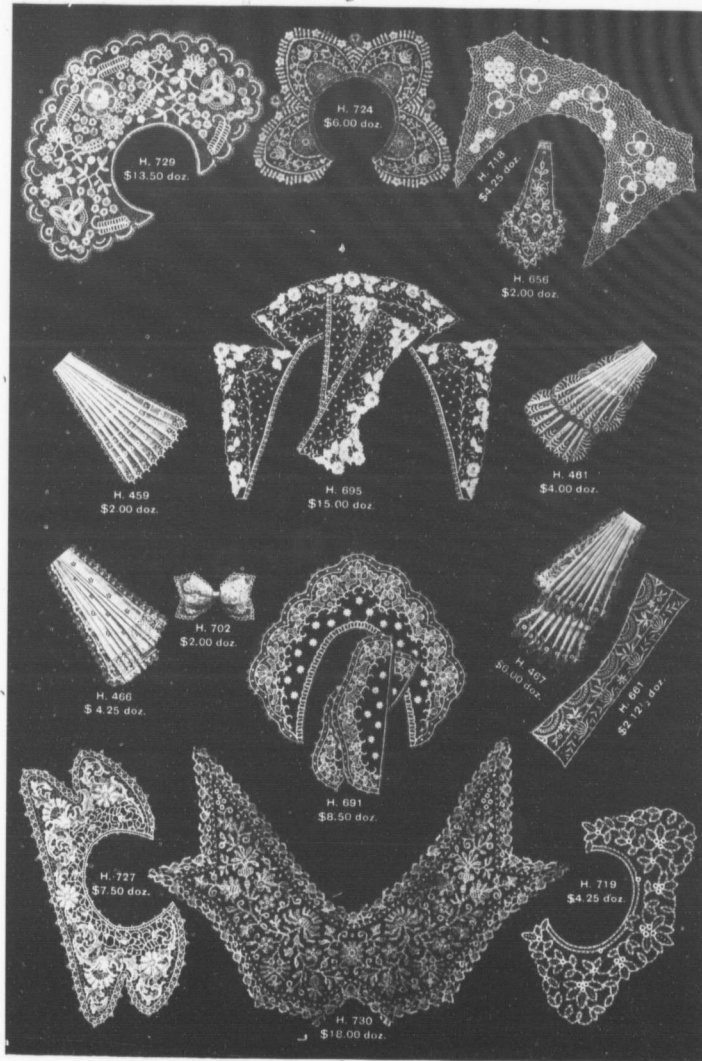
DEMANDEZ A VOTRE VOISIN.

The LAMSON COMPANY

Dept. No. 3 BOSTON, E. U. A.

Représentant dans toutes les Principales Villes.

SERVICE



Un Splendide Assortiment de Modèles Plauen et Suisses

Les lignes illustrées ci-dessus sont les dernières nouveautés de la saison. Nos lignes Plauen et Suisses sont des mieux choisies. Nous avons toutes ces lignes en stock pour livraison immédiate.

R. D. Fairbairn Co., Limited

107 Rue Simcoe, Toronto

President—Rbys D. Fairbairn

Vice-President—F. J. Knight, W. C. Cliff

Les rubans bulgares.

Les rubans de fantaisie en variété infinie se vendent librement. Les bulgares, les jacquards, les velours, et les bords de broderie de fantaisie sont les leaders.

Dans les rubans mis, les failles et les moirés gros grain prédominent. Les bandes et boucles plates aussi bien que les longs noeuds plats placés horizontalement, tout droit ou sous un angle frappant, sont les modes favoris d'application. Les larges étroites sont les plus vendantes.

Les calottes de satin, de chiffon ou de maline uni ou de fantaisie sont encore bien représentées.

La profusion des couleurs.

Toutes les couleurs de l'arc-en-ciel sont représentées dans les expositions de chapeaux. Les couleurs extrêmement sombres sont préférées pour les formes, spécialement les verts et bruns sombres, alors que les combinaisons des nuances les plus claires figurent dans les garnitures.

Parmi les combinaisons les plus nouvelles, il faut citer le bleu-marine et le cerise. Les combinaisons de nuances bulgares claires continuent à être en forte évidence.

LA MODE MASCULINE

Paleot simple, à trois boutons

Les dimensions sont les suivantes :

Mesure à l'aisselle, 9 pouces; longueur de la taille naturelle, 16½ pouces; longueur totale, 30 pouces; première mesure de l'épaule, 12 pouces; seconde mesure de l'épaule, 17 pouces; mesure de l'omoplate, plus 1½ pouce pour la couture, 12½ pouces; mesure de la poitrine, 36 pouces; taille naturelle, 32 pouces; hanche, 38 pouces.

Du point A, tirez deux lignes à angle droit.

De A à B, mesure de l'aisselle plus ½ pouce; à C, longueur de la taille naturelle; de C à D, 6 pouces; de A à E, longueur totale; F est à mi-distance entre A et B; H est à mi-distance entre A et F; abaissez une perpendiculaire passant par H, B, C, D et E.

Du point C à I, ¾ de pouce; tirez une ligne depuis H en passant par I; ceci localise K; élevez la perpendiculaire depuis 23, par cette ligne; de I à J, ½ pouce; formez le milieu du dos depuis F jusqu'à J puis descendant à 23; de K à L, 18 pouces; de L à M, 1¼ pouce; de M à N, ¾ de pouce; O est à mi-distance entre K et L.

De O à P, 3½ pouces; abaissez une ligne depuis P pour localiser Q; appliquez la mesure d'omoplate de K à P qui est de 12½ pouces et élevez la perpendiculaire; R est à mi-distance entre K et P; de R à S, 1¼ pouce; tirez une ligne depuis S pour localiser Z; T est à mi-chemin entre R et S.

De 23 à 1, même distance que de K à T; tirez une ligne de T à 1; de S à U, 1/12 de la mesure de poitrine; de A à V, 6 pouces; de V à W, 1½ pouce; tirez une ligne de A à W; de A à X, 1/6 de la mesure de poitrine; élevez une ligne depuis X pour localiser Y; tirez une ligne de Y à Z et formez le dos.

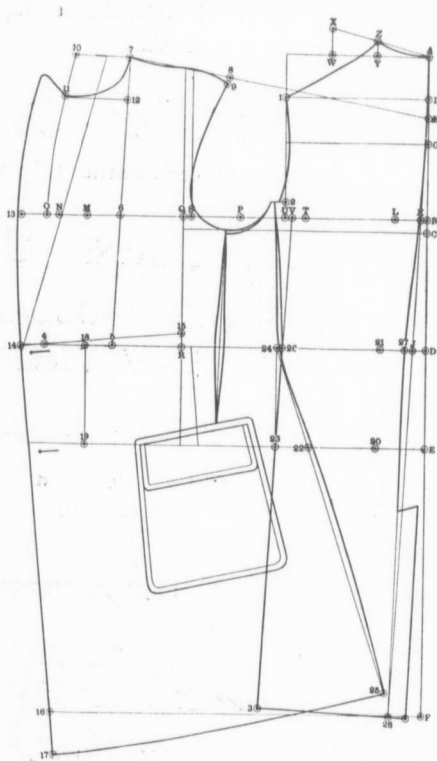
De Q à 2, ½ de la mesure de la taille; le point 3 est à mi-chemin entre Q et 2; 4 est à mi-distance entre P et M; tirez une ligne depuis 3 et passant par 4 pour trouver 5; de A à Y et de P à 5, première mesure de l'épaule plus 1 pouce; de B à G, ⅓ de la mesure de poitrine; tirez une ligne de 5 à G; de 5 à 6, ⅓ de pouce de moins que de Y à Z; formez l'épaule et l'emmanchure tel que montré; tirez une ligne depuis 5 jusqu'à la ligne 3-4.

De 5 à 7, 1/6 de la mesure de poitrine plus ½ pouce; tirez une ligne de 7 à N; de 5 à 8, ¼ de pouce en plus que le ⅓ de la mesure de poitrine; tirez une ligne droite partant de 8 et formez la gorge; de N à 9, 1 pouce; de 2 à 10, même distance; de Q à 11, ¾ de pouce; placez l'équerre au point 11-2 et abaissez une ligne jusqu'à 10; ceci localise le point 12.

De 12 à 13, ½ pouce en moins que le 1/6 de la mesure de poitrine; de 2 à 14, 2½ pouces; abaissez une ligne droite depuis 14 pour localiser 15; de 16 à 17 et de 15 à 18, mesures des hanches; de 18 à 19, 2 pouces; élevez une ligne depuis 19 pour lo-

caliser 20; tirez une ligne partant de 20 et passant par 18 en descendant et formez le côté du pan.

De 20 à 22, même longueur que de 21 à 1; formez le devant, le bas du pan, et finissez.



(Voir modèle page 25.)



Nos Voyageurs sont en Route

Et chacun d'eux est enthousiasmé de ce que nous considérons comme les lignes les MEILLEURES et les plus complètes que nous ayons encore tenues jusqu'ici.

Bas et Chaussettes

Lignes exceptionnelles qui plairont sûrement à la clientèle.

Casques d'Aviateurs

SWEATERS, FOULARDS et CACHE - NEZ,
SOUS - VETEMENTS, GANTS, etc.

Mercurie pour hommes une spécialité.

Avant de placer vos commandes, voyez le voyageur de "It - Fitz",
Il saura vous donner satisfaction.

FITZGIBBON Limited

SQUARE VICTORIA, . . MONTREAL.

LA MODE MASCULINE

Manteau de demi-saison



(Modèle de "American Gentleman".)

**SOUS-VETEMENTS
PURE LAINE
MARQUE
"IMPERIAL"**



**Valeur défiant toute
Concurrence**

La vérité de cette assertion ressort du fait que notre ligne rencontre un succès de plus en plus grand chaque année et que les commandes initiales ne sont que les avant-coureurs d'autres plus considérables durant toute la saison.

Le Sous-Vêtement Pur Laine "Marque Imperial" a soutenu l'épreuve des années et sa popularité dans le commerce a augmenté en dépit de la plus vive concurrence.

Nous faisons une spécialité des tricots pour hommes dits : Tricots Elastique, Imperial de Haute Marque, Balbriggan à Double Fil.

Les commandes pour livraison immédiate reçoivent une prompt attention.

Commandez des échantillons de sous-vêtements en laine pour le commerce de Printemps et d'Automne. Et en Balbriggan, pour l'été.

**KINGSTON
HOSIERY
COMPANY**

Etablie en 1880

Kingston, - Ontario

Toutes les maisons de gros tiennent un stock de nos articles.

LES TRAVAUX DE L'ASSOCIATION DES MARCHANDS-DETAILLANTS DU CANADA

Le bureau fédéral de l'Association des Marchands-Détailants du Canada s'est occupé activement de faire aboutir quelques réformes nécessaires pour l'amélioration du commerce de détail; c'est ainsi qu'il a adressé à différents ministères les requêtes soumises précédemment à l'hon. M. Borden et qu'il en poussera selon ses moyens la réalisation.

Parmi ces requêtes nous publions la suivante relative à la Loi de l'Inspection des poids et mesures et à l'adoption d'un poids uniforme pour tout le Canada pour la vente des pommes de terre en sacs.

Toronto, le 17 février 1913.

A l'honorable Wilfrid-Bruno Nantel, C.R.,
Ministre du Revenu de l'Intérieur,
Bâtisse du Parlement,
Ottawa.

Cher Monsieur,

Comme nous avons déjà eu l'avantage de vous en informer dans notre missive vous demandant un entretien, nous désirons vous faire savoir qu'un certain nombre de résolutions très importantes concernant le Commerce de Détail au Canada ont été passées à la dernière convention du bureau fédéral de notre Association.

Ces résolutions furent présentées à l'hon. M. Borden, qui après avoir donné à notre requête une considération attentive nous pria de vous soumettre les résolutions se rangeant sous votre juridiction et de vous exposer les raisons qui militent en leur faveur.

Nous vous soumettons donc brièvement la résolution suivante qui est du ressort de votre Département.

Nous désirons obtenir un amendement à l'Acte relatif à la collection des honoraires pour l'Inspection des poids et mesures de façon à payer les dépenses concernant l'inspection des balances et mesures à même le Trésor Public, puisque l'inspection est pour le bénéfice du public général.

L'expérience nous a prouvé que le système actuel par lequel les Inspecteurs visitent les différents magasins de détail et font l'examen de leurs balances n'est pas une protection suffisante pour les marchands désireux de donner au public une pesée exacte, contre les marchands qui ont des intentions contraires.

Actuellement, lorsqu'un inspecteur se propose de visiter une petite ville, son arrivée est annoncée précédemment il s'ensuit que le marchand qui a l'intention de se servir de balances fausses peut les régler juste pour le passage de l'inspecteur quitte à les dérégler aussitôt que l'inspecteur est parti de la localité.

Dans de telles conditions, l'inspection qu'ont faite les inspecteurs ne peut être considérée comme une protection réelle pour ceux qui désirent assurer au consommateur la quantité régulière de 16 onces à la livre. A notre avis, le but de cette inspection était de protéger le public et certes nous accueillons favorablement tout effort du gouvernement tenté dans cette voie, mais nous nous plaignons de supporter et de payer de grosses sommes au revenu du Département du Revenu de l'Intérieur, lesquelles sommes devraient être prises à même le Trésor Public au lieu d'être prises dans nos poches.

Les salaires payés aux officiers employés par le gouvernement du Dominion pour la protection du public sont pris à même le Trésor Public, et il nous semble que nous, qui sommes rangés comme une classe distincte ne recevons que très peu de bénéfice du gouvernement parce que celui-ci n'a pas prévu un Département spécial pour prendre soin de nos intérêts, aussi pensons-nous que le présent système devrait être aboli et remplacé par un système plus équitable.

D'après ce que nous voyons, le Département actuel ne s'est

jamais soutenu par lui-même puisqu'il est toujours en déficit. En outre, nous considérons qu'il est injuste que les marchands des grandes villes soient contraints de payer des honoraires qui procurent un profit au Département et de supporter les pertes dans les villages et districts qui ne se suffisent pas. Si les marchands en tiraient en échange quelque profit nous ne souleverions aucune objection mais comme ce système vise uniquement l'intérêt du public et que c'est ce dernier qui en profite, nous pensons qu'il devrait payer la dépense qui en découle.

Nous espérons que vous voudrez bien prendre en considération notre proposition et que vous apporterez remède à cette situation par un bill promulgué au cours de la prochaine session.

Notre voeu est aussi de voir s'améliorer la Loi des Poids et Mesures pour déterminer légalement le poids d'un sac de pommes de terre d'un bout à l'autre du Dominion et le fixer à 75 livres. Actuellement, la Province de Québec est la seule province qui possède une législation spécifiant le poids des pommes de terre vendues au sac. Ceci est déterminé par la Loi des Poids et Mesures du Dominion; mais les autres provinces ne sont pas soumises à ce règlement.

Afin de permettre le calcul rapide du prix, selon le poids, nous croyons que la fixation d'un poids uniforme par sac serait désirable et que le poids de 75 livres qui représente un boisseau conviendrait mieux que celui de 80 livres qui est le poids spécifié dans la loi pour Québec. Dans un grand nombre de localités on considère le poids de 90 livres comme légal, mais tandis que quelques règlements sont basés sur ce chiffre, il n'y a pas d'acte législatif pour régir ce règlement. A notre avis, le poids de 75 livres est le mieux approprié au manèment, tant pour les jeunes gens que pour les vieillards, et il nous permet également d'employer des sacs à sucre qui une fois leur premier service accompli ne servent plus à cette fin. Cette question est de grande importance aussi bien pour les fermiers, les maraichers, les épiciers et les marchands de légumes que pour le public, et nous aimerions voir un bill adopté au cours de cette session fixant un poids uniforme pour le sac de pommes de terre dans tout le Canada.

Le tout, respectueusement soumis,

L'Association des Marchands-Détailants du Canada,

P.-J. COTE, Québec, Président,
Ald. A. VESELOH, Berlin, 1er Vice-Président,
W.-U. BOIVIN, Montreal, 2ème Vice-Président,
J.-A. BEAUDRY, Montréal, Trésorier,
E.-M. TROWERN, Toronto, Secrétaire.

En outre, l'Association des Détaillants a également communiqué à l'honorable G. E. Foster, ministre du Commerce, la résolution suivante qui est d'un grand intérêt pour la classe des détaillants.

Toronto, 17 février 1913.

A l'honorable Geo.-E. Foster,
Ministre du Commerce,
Ottawa, Ont.

Cher Monsieur,

Comme mentionné dans notre communication vous demandant un entretien, nous désirons vous faire savoir qu'un certain nombre de très importantes résolutions concernant le commerce de détail au Canada a été passé à la dernière convention du Bureau Fédéral de notre Association. Ces résolutions furent présentées à l'hon. M. Borden qui, après avoir donné à nos requêtes une sérieuse considération, nous pria de vous soumettre les résolutions qui tombaient sous votre



Vos calculs ne montrent pas les profits que vous avez perdus

Vous savez ce qu'il y a dans votre tiroir-caisse, mais vous ne savez pas ce qu'il devrait y avoir.

Votre livre montre le total des ventes inscrites, mais vous ne pouvez pas dire si on n'en a pas oubliées.

Ceci, parceque votre système ne vous donne pas un pointage positif des affaires de la journée.

Une Caisse Enregistreuse National montre combien il devrait y avoir d'argent dans la caisse et met fin aux charges oubliées.

Elle enregistre le total des affaires transignées par chacun des commis les ventes à débiter, les comptes payés et l'argent reçu en à compte.

D'après les registres d'addition et les feuillets de vente imprimés, vous pouvez obtenir des détails précis sur chaque transaction de la journée.

C'est le seul système qui puisse mettre fin aux erreurs et aux pertes et vous assurer l'encaisse de tous vos profits.

Demandez notre Brochure Gratuite.

The National Cash Register Company

1 et 3 RUE NOTRE-DAME OUEST, MONTREAL, Que.

Fabrique Canadienne, Toronto.

Le Sous = Vêtement
Marque "HEALTH"

Assure satisfaction au
VENDEUR et à l'ACHETEUR

Voyez notre merveilleux assortiment et
donnez vos commandes de bonne heure.

Greenshields Limited
MONTREAL.



Un Gant de Peau
'PEWNY'

Signifie PERFECTION
comme STYLE,
AJUSTAGE, QUALITE.

Si vous avez tenu nos Gants
PEWNY, vous connaissez leur
supériorité. Si non, comman-
dez-nous en un assortiment pour

PAQUES

Toutes Nuances,
Toutes Longueurs,
Tous Prix.

Nous sommes les Agents Canadiens et
nous vous les recommandons.

Greenshields Limited, Montréal.

GARNITURES pour le PRINTEMPS

QUELQUES UNES DES LIGNES QUE NOUS MANUFACTURONS

BRAID

BOUTONS

CORDES

ORNEMENTS

EN SOIE



FRANGES

CEINTURES

VOLANTS

JABOTS

COLS ET JOUGS

DENTELLE et BRODERIE Suisses

Livrables immédiatement—Patrons magnifiques—Bas prix—Marchandises nouvelles.

Commandes par la Poste sollicitées

THE MOULTON MANUFACTURING CO., Limited
236 rue CRAIG EST MONTREAL

Lorsque vous écrivez en français, veuillez vous adresser à notre bureau de Montréal.

Nos clients de langue française sont priés de s'adresser à notre bureau de Montréal: Edifice Lindsay

Pullan Garment

FABRIQUE DEPUIS 1802

L'agence exclusive des Vêtements Pullan est accordée partout où nous n'avons pas encore un représentant.

Etes - Vous Prêt Pour Les Pluies d'Avril ?

MANTEAUX IMPERMEABLES POUR DAMES et MESSIEURS.

Vos Commandes sont expédiées par le premier express.



Le Raglan Imperméable
Les coutures sont piquées
avec soin et les manches
Raglan cimentées sont pour-
vues de poignets d'ajustage.
C'est un manteau de pleine
longueur, fait de Parametta
Anglais à texture simple.
Couleurs, olive et tan.

Qualité A, Prix \$7.50

Qualité B, Prix 5.25

Qualité C, Prix 3.75

La meilleure qualité de
Capot-Auto Anglais, pour
Messieurs, fait de Parametta
à double texture. Toutes les
coutures sont piquées, cimen-
tées et galonnées. Couleurs,
tan et olive.

Qualité A, Prix \$12.00

Qualité B, Prix 8.50

Qualité C, Prix 5.75

L'Imperméable Tulip com-
porte une manche ajustée et
un poignet de fantaisie. Fait
en Parametta de simple tex-
ture ; couleurs, tan et olive.

Qualité A, Prix \$8.00

Qualité B, Prix 5.25

Qualité C, Prix 3.75

Nous tenons aussi un stock
bien assorti de manteaux
imperméables pour Dames
et Messieurs, en une grande
variété de matériaux, de
couleurs et de prix.

M. PULLAN & SONS

Fabricants de Manteaux, Jupes et Costumes seulement.

Edifice Pullan, Rues Bay et Wellington, Toronto.

Bureau à Montréal, Edifice Lindsay.

St. George

UNSHRINKABLE
UNDERWEAR FOR MEN

LA MARQUE ST-GEORGES

Le Sous-Vêtement
qui Développe
Les Ventes.

Si votre clientèle réclame de bons sous-vêtements, donnez les lui, mais soyez sûrs qu'ils soient bons ; fournissez lui un sous-vêtement d'une réputation sans tache.

Autrement dit, donnez le sous-vêtement "St-Georges" à votre clientèle hommes la plus difficile et vous serez certain d'une clientèle de retour. Les lignes "St-Georges" pour 1913 sont à votre disposition.

Il vous sera profitable de les tenir. Demandez aujourd'hui même des échantillons de "Woolnap" irrétrécissables.

Le Sous-Vêtement
qui Satisfait
Les Hommes.

et les hommes sont quelques fois aussi difficiles à contenter que le sexe féminin. S'ils sont difficiles, vous verrez qu'ils auront un faible pour le sous-vêtement "St-Georges".

Le sous-vêtement irrétrécissable "Woolnap" donne satisfaction aux hommes les plus exigeants et les plus soigneux dans le choix de leurs sous-vêtements.

Si votre stock est incomplet, nous vous le compléterons en toutes grandeurs et établirons les mérites de ce sous-vêtement.

SCHOFIELD WOOLEN CO., LTD.
OSHAWA



juridiction et de vous exposer les raisons qui militaient en leur faveur.

La résolution qui concerne votre Département se lit en quelques mots comme suit:

"Nous désirons plus de facilités dans le Département du Commerce pour l'obtention de statistiques et d'informations concernant le commerce de détail.

Les marchands détaillants furent parmi les premiers pionniers qui posèrent les fondations de nos villages, villes et cités, et ce sont eux qui occupèrent dans toutes cités, villes et villages les propriétés les plus lourdement imposées et par leur énergie, leur esprit d'entreprise et leur capacité, ils prirent une part prédominante dans le développement et l'augmentation du commerce intérieur de la nation.

Nous sommes parmi les classes commerciales la plus nombreuse de toutes. Nous tenons un rang intermédiaire entre la richesse extrême d'une part et l'extrême pauvreté de l'autre. La nature de nos affaires en qualité de distributeurs nous fait une classe permanente dans toute commune et les lois qui président à nos affaires déterminent à un haut degré le caractère commercial du Dominion.

Bien que nous soyons désireux de voir s'étendre et se développer notre commerce étranger, nous pensons que le Gouvernement n'a pas prévu une organisation suffisante pour prendre soin de notre commerce intérieur qui augmente considérablement et qui constitue le sang vivace de notre nation.

Le Gouvernement a aménagé convenablement un Département d'Agriculture pour prendre soin des intérêts agricoles du pays et un Département du Travail pour s'occuper du travail organisé, mais aucune branche du Département n'a encore été établie pour prendre soin du vaste et nécessaire corps des détaillants qui sont les distributeurs de l'intérieur du Canada.

Loin de nous la pensée de jeter le moindre blâme sur quiconque, car nous pensons que si un département aussi utile que celui que nous préconisons n'a pas été ouvert, la faute nous incombe en propre, puisque jusqu'ici nous n'avons jamais attiré l'attention du Gouvernement sur sa nécessité, cependant nous sommes persuadés que si un Département de ce genre était établi, il recevrait l'approbation de toutes les classes commerciales du Canada.

A l'heure présente, il n'y a aucune statistique nous disant combien il y a de détaillants au Canada, combien de personnes ils emploient, la valeur de leurs terres et de leurs propriétés, la valeur du stock qu'ils manipulent, s'ils augmentent ou diminuent en nombre, la différence qu'il y a entre les prix des mêmes articles à qualités égales dans les différentes lignes, aujourd'hui et il y a cinq ou dix ans, si d'année en année les marchandises canadiennes prises en stock sont moins chères ou de meilleure qualité, si les détaillants favorisent la vente de marchandises étrangères de préférence aux produits canadiens et pourquoi, les différences qui existent entre la loi des colporteurs des différentes provinces d'ici et les lois simi-

					
PURITAN	ECLIPSE	SHAMROCK	VIGILANT	AMERICA	ATALANTA
	<h2>AVIS AU COMMERCE</h2> <h3>EN GROS ET EN DETAIL</h3>				
AURORA	<p>M. Le Marchand :</p> <p>Avez vous jamais comparé les Faux-Cols "ARLINGTON" avec les autres lignes que vous pouvez avoir en magasin, pour,</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) La pesanteur du matériel. (2) La force des boutonnieres. (3) Les bonnes proportions du faux-col. (4) L'espace pour l'ajustage de la cravate. (5) L'Apparence générale de la cravate. (6) La satisfaction des clients ? <p>Nous avons les Marques Challenge à \$2.00 la douzaine. Rubber à \$1.80 " " Pyralin à \$1.50 " "</p> <p>Toutes sont faites d'un matériel $3\frac{1}{2}\%$ plus fort que toutes les autres lignes qui vous sont offertes. Comparez et voyez qui vous donne la meilleure valeur pour votre client avant d'acheter autre chose que les</p> <p style="text-align: center;">"FAUX-COLS ARLINGTON"</p>				
COLUMBIA	<h2>THE ARLINGTON COMPANY, OF CANADA LIMITED</h2> <p>58 Avenue Fraser - - TORONTO, Ont.</p> <p>Représentant pour l'Ouest, R. J. Quigley, Winnipeg, Man. Représentant pour l'Ontario, J. A. Chandler & Co., Toronto. Représentant pour l'Est, Duncan Bell, Montréal, Qué.</p>				
PILGRIM					
MAYFLOWER					
					
MERIT	MAGIC	DEFENDER	BUSTER	PRINCIPIA	LIVONIA

laïres des autres pays, s'il y a plus de poursuites intentées dans les autres pays qu'au Canada contre les détaillants pour fausse annonce et vente de marchandises frelatées en proportion de la population.

Ces importantes questions et quantité d'autres ne devraient pas être négligées comme elles le sont et vu l'importance du sujet, nous vous demandons de nous assister en recommandant qu'un département pour le commerce de détail soit incorporé au Département du commerce et l'Association des Marchands-Détaillants fera tout ce qui sera en son pouvoir pour vous donner les plus amples informations qui vous seront nécessaires.

Confiants que vous reconnaîtrez le bien fondé de notre requête,

Nous demeurons

Vos tous dévoués,

LA PROTECTION DES PRIX DES ARTICLES DE MARQUE

Suggestion d'un amendement à la loi des marques de commerce et patentes

Il nous arrive souvent de dire et de répéter que les conditions du commerce changent pour ainsi dire journellement, et il nous est fourni à chaque instant l'occasion d'en donner la preuve. Cette particularité ne va pas sans exiger un remaniement des méthodes de commercer et des lois qui régissent le commerce.

Si nous consultons les annales du commerce d'il y a un siècle nous remarquons qu'à cette époque les produits vendus sous une marque de commerce étaient relativement rares, tel n'est pas le cas à présent, les articles revêtus d'un cachet de propriété se font de plus en plus nombreux et l'on peut bien dire sans craindre d'être démenti qu'à l'heure présente, 75% environ des articles et produits vendus sont porteurs d'une marque.

Ce système adopté par les manufacturiers pour l'écoulement de leurs produits simplifie le rôle du détaillant qui n'a plus à s'occuper de la qualité ou de la valeur du produit qu'il tient. Il devient en effet le simple distributeur d'une marque annoncée directement au public et qui par elle-même est une garantie de qualité. Cette pratique devait nécessairement entraîner certains inconvénients. Il ne devait pas tarder de se produire ce fait que certains détaillants dans le but de s'attirer une clientèle s'empressèrent de vendre presque sans profit ces articles de marque peu soucieux qu'ils étaient de respecter le prix de vente que leur avait fixé le fabricant. Il s'ensuivit une perturbation marquée pour le commerce en général; les détaillants honnêtes qui vendirent les articles de marque au prix régulier qui leur donnait un légitime profit se virent l'objet de la suspicion du public acheteur qui avait pu se procurer ces mêmes articles à meilleur compte chez d'autres détaillants et qui n'était pas éloigné de penser que ceux vendant aux prix réguliers agissaient de façon malhonnête. Pouvait-on remédier à cet état de chose et était-il possible d'imposer au détaillant un prix de vente fixe? Pour ce qui est du fabricant titulaire de la marque de commerce, il est certes en droit d'imposer à celui auquel il vend directement un prix de vente fixe, mais son client direct est le marchand en gros, non le détaillant, il ne peut donc rien contre celui-ci à moins d'une entente avec les manufacturiers, entente qui serait contraire à la loi comme étant restrictive. Quant au marchand de gros, s'il se refuse à fournir un article de marque à un client qui en a diminué le prix de vente

régulier, celui-ci pourra toujours trouver un autre fournisseur qui le lui procurera, pour couper toutes voies d'approvisionnement aux détaillants de cette catégorie; il faudrait là aussi entente entre les marchands de gros, pratique absolument interdite aux termes mêmes de la loi canadienne concernant les coalitions commerciales.

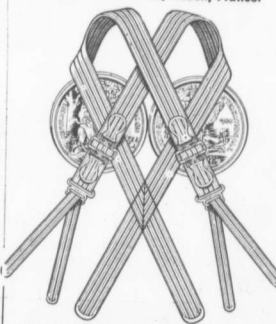
Le véritable remède à apporter à cet état de choses doit être cherché dans la modification de la Loi des marques de commerce et patentes. Telle qu'elle se lit actuellement, cette loi enregistre les droits de propriété d'une marque et donne droit exclusif d'exploitation au titulaire sans exiger de lui qu'il en fixe le prix de vente. Il nous semble que si le déposant d'une marque spécifiait en prenant brevet, le prix qu'il désire voir vendre l'objet dont il s'agit, et que cette condition fut indispensable pour obtenir le droit à une marque, les conditions du commerce de détail s'en trouveraient sensiblement améliorées et le public ne pourrait qu'y gagner.

Il est fort probable qu'on objecterait qu'une telle mesure favoriserait les prix excessifs de la part du possesseur de la marque et que cela donnerait prise à des abus dont les consommateurs seraient victimes. Ce n'est point notre opinion, car en admettant qu'un manufacturier prenne une marque spéciale pour spécifier son produit et fixe la vente de ce produit à un taux exagéré, un autre manufacturier ne manquera pas de mettre le même produit nanti d'une autre marque sur le marché à un prix plus avantageux pour le consommateur. Et cette concurrence arrivera à réduire à son minimum le prix de vente possible du dit produit pour le plus grand bien du public et sans que le détaillant ait à réduire ses profits.

Il serait donc à souhaiter que cette initiative fut prise en considération par les intéressés et que ceux-ci établissent un projet de loi tendant à amender la loi actuelle des marques de commerce et patentes en contraignant le postulant à indiquer le prix de vente de l'article ou du produit pour lequel il veut obtenir une marque personnelle.

Nous avons toujours en stock ici à Montréal
les Célèbres

BRETELLES FRANÇAISES
FROMAGE FRERES, Rouen, France.



GEORGES FROMAGE & Cie, Successeurs.
Agents pour Montréal:
J. C. DAVID & Cie,
Tél. Est 1443. 502 Ste-Catherine Est.

**Regardez
En Avant!**



Comme les manufacturiers augmentent leurs prix tous les jours et que les marchands de gros en général se plaignent du retard dans la livraison de nombreuses lignes d'Etoffes Teintes, nous vous conseillons fortement d'être très libéral dans vos achats pour livraison immédiate ou future.

VOYEZ CE QUE NOUS POUVONS FAIRE

Dans les lignes d'écoulement rapide aux plus bas prix.

DEPARTEMENTS :

Fins Lainages pour Hommes. Fournitures pour Tailleurs
Drap et Etoffes pour Costumes et Manteaux pour Dames.
Toile de ménage. Soies et Satins pour doublures.

Nisbet & Auld, Limited

32 et 34 Rue Wellington Ouest, Toronto.



Un Nouveau Modèle : "Success" "Borden"

VOICI la plus récente addition à la liste "Success"—une forme élégante, bien taillée, avec des petites "ailes".

Le "BORDEN" est essentiellement correct pour les circonstances spéciales—mais c'est aussi un favori pour les usages généraux--un faux-col absolument confortable. Fait en une seule hauteur de $2\frac{1}{4}$ pouces. Tenez votre rayon de faux-cols à la mode.

Demandez le "BORDEN à votre fournisseur.

The Canadian Converters Co. Limited.

MONTREAL.

LE PROSPECTUS

Qu'il nous soit permis ici de parler un peu du prospectus, de la manière de l'établir et de l'employer.

Dans nos campagnes on emploie le prospectus de plusieurs façons. On le met, lors de l'emballage, dans le colis du client qui vient de faire un achat, pour qu'il le retrouve quand, une fois rentré chez lui, il defera l'emballage. On l'envoie à domicile, soit par la poste, sous bande, d'après les adresses recueillies dans l'annuaire local, soit par le moyen de la distribution de maison en maison, au moyen d'hommes recrutés sur les lieux et surveillés. On le fait distribuer sur la place principale, les jours de grand marché, alors que toute la population agricole est rassemblée dans la ville; ou encore, à la sortie de l'église, le dimanche après la grand'messe, alors que l'élite de la société locale est concentrée en ce point. Bien entendu ceci ne peut s'appliquer avec résultat que dans les pays pratiquants. Dans les autres, on se contentera des jours de marché.

On ne peut pas nier que le prospectus soit utile et productif pour le magasin de la commune dont la clientèle se compose non seulement de la bourgeoisie locale, mais encore de la classe ouvrière et surtout de la population rurale disséminée aux alentours de la ville. Cette population rurale se rassemble à la ville à certains jours et à certaines heures connues, fixes, immuables. On ne peut la toucher qu'à ces jours et à ces heures-là, et on peut la toucher par l'usage du prospectus.

Malheureusement, on néglige trop souvent la facture du prospectus; ou, pour être plus exact, on ne sait généralement pas faire un bon prospectus. Le commerçant qui a besoin d'un prospectus, neuf fois sur dix, porte son texte à l'imprimeur du pays qui l'imprime à son idée en tenant compte des commodités de son travail, des règles de typographie qu'il connaît, s'il

est consciencieux, mais sans se soucier le moins du monde du véritable but du prospectus: se faire lire, se faire rapidement comprendre et amener le client au comptoir du vendeur. D'ailleurs il est juste de dire que le voudrait-il et aurait-il les meilleures intentions du monde, l'infortuné imprimeur ne saurait pas faire ce qu'il faut.

On a presque toujours le tort de prendre pour les prospectus un horrible papier, rugueux, grinçant sous le doigt, se déchirant trop facilement. Evidemment, il serait ridiculement exagéré de prendre du papier couché ou même simplement glacé, mais on pourrait s'arrêter à une qualité intermédiaire: ce serait plus joli, et les paysans eux-mêmes, quoi qu'on en dise, savent reconnaître le beau et l'apprécier — dans une certaine proportion, bien entendu — ce serait plus solide, et le client possible qui aurait mis votre prospectus dans sa poche lorsque vous l'avez fait distribuer, n'en retirerait pas, au bout de quelques heures, peut-être de deux ou trois jours, un chiffon informe et illisible.

On néglige trop la question papier.

Que dire de la couleur? Toutes sont bonnes; cependant nous conseillerons d'éviter les nuances foncées sur lesquelles l'impression en noir ressort insuffisamment. Les couleurs claires au contraire donnent une lisibilité très grande. Nous préférons un papier teinté parce que le papier employé étant de qualité tout à fait inférieure, ses défauts sont plus sensibles avec le blanc. En outre les contacts extérieurs ont vite fait de lui faire perdre de sa fraîcheur initiale et le prospectus est tout de suite sale.

Au point de vue de la composition typographique, le défaut commun on peut dire à tous nos détaillants, est l'orgueil ou le som, ce que d'aucuns ont appelé en d'autres circonstances: l'hypercentrophie du moi. Nous avons sous les yeux certains prospectus sur lesquels on ne voit au premier coup d'oeil qu'une



Spécialités du Printemps

NOUS désirons annoncer au commerce que nous sommes maintenant installés dans nos nouveaux quartiers au No 59 de la RUE WELLINGTON OUEST où nous avons QUATRE FOIS PLUS D'ESPACE que dans les anciens. Ceci veut dire que nous avons les "Meilleurs Vendeurs", et nous pouvons maintenant les montrer avec plus d'avantage. Notre assortiment comporte tout ce qu'il y a de nouveau en Malines, Dentelles d'Ombre, Points, Voiles, Dentelles, Rhinestones; aussi GARNITURES BULGARES

QUELQUE CHOSE DE NOUVEAU

" **HOOKALOOP** "

pour agraffer les Robes, Blouses et Articles de Cou. Une vraie chance pour les dames. "Hookaloop" économise le temps, la dépense et prévient les annuis; il dispense de faire des oeillets et de coudre des agrafes,

UN ARTICLE PROFITABLE.

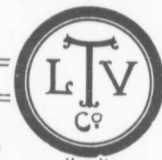
Notre représentant M. Plaskett visitera sous peu la clientèle de la Province de Québec avec une ligne complète d'échantillons.

The THOMPSON LACE & VEILING Co., LIMITED.

Seuls Agents au Canada

NOUVELLE ADRESSE:

59 RUE WELLINGTON OUEST, - - TORONTO.



chose: maison Un Tel. Ce n'est pas là ce qui intéresse ceux dont on veut faire ses clients. Ce qu'il faut mettre en vedette, c'est la marchandise que l'on offre, l'occasion que l'on propose, le marché exceptionnel dont les acheteurs sont appelés à profiter. L'article, le prix, l'argument, puis enfin l'adresse et le nom de la maison, voilà l'ordre dans lequel doivent se présenter les différentes mentions portées sur le prospectus. Pour la grosseur, l'importance des caractères typographiques, on suivra la même graduation.

Il ne faut pas oublier, quand on fait un prospectus, qu'il s'agit d'un imprimé que l'on doit pouvoir lire rapidement. Il faut donc: peu de texte et des caractères gras, simples, faciles à lire; d'autant plus qu'on ne s'adresse pas toujours à des gens très lettrés, mais à des ouvriers et à des paysans, pour qui la lecture est un travail.

Inutile de fournir quantité d'arguments: mieux vaut en donner peu, mais les donner bons et les présenter sous une forme aussi concise et aussi claire que possible.

Le prospectus, comme nous le disons plus haut, rend des services, et il en rendrait certainement beaucoup plus si on apportait plus de soins et plus de sciences dans sa confection.

L'ECONOMIE DU TEMPS DANS LES BUREAUX ANGLAIS

S'inspirant de leur maxime: "Time is money", les commerçants anglais s'efforcent de réduire au minimum, dans leurs bureaux, le temps qu'un travail superflu, des distractions et des interruptions font perdre parfois aux employés. En voici quelques exemples rapportés:

La plupart des factures ne portent sous l'entête qu'un simple tracé de lignes où porter le détail des articles achetés par le client. Un comptable, à qui incombait ce soin, fit remarquer à son patron l'avantage qu'il y aurait, la fabrique ne produisant que quatre sortes de marchandises, à se servir pour chacun de ces articles, de factures distinctes portant tout imprimés l'indication de cet article et son prix, ou bien à faire usage de factures présentant à la fois ces données pour les quatre articles en question; de cette façon, les employés n'auraient plus qu'à inscrire le nombre d'unités vendues et à établir le décompte du client: plus d'inscriptions manuscrites, rien que des chiffres. L'idée fut adoptée et mérite d'être généralisée.

On avait constaté, dans certains grands magasins, le trouble apporté dans les bureaux par les visites faites à des employés. Pour permettre au personnel d'écouter des conversations qui importunaient ou dérangeaient dans leur travail l'employé demandé et ses voisins, on a créé un parloir où il est plus facile de congédier promptement les visiteurs. Ce parloir est placé sous la surveillance d'un inspecteur ou d'une téléphoniste, et ce contrôle invite les intéressés à éviter la multiplication et la durée des visites.

Il est sévère d'interdire absolument l'usage du téléphone aux employés pendant les heures de bureau, quand leur tâche ne les appelle pas à avoir des relations avec l'extérieur, mais encore faut-il prévenir les abus. A cet effet, un chef de maison permit à tout son personnel d'utiliser le téléphone moyennant le versement de deux centins dans une tirelire; la même taxe fut établie sur les visites personnelles. A la fin du mois, la somme recueillie sert à donner un prix aux trois employés qui ont quitté le moins de fois leur travail; un autre grand prix annuel récompense l'employé modèle. Dans le premier mois, visites et causeries téléphoniques diminuèrent des deux-tiers.

Si vous aviez à faire réparer quatre fois en une même semaine une machine à écrire, vous seriez tenté de décider, comme certain patron, que ce modèle est trop délicat pour votre service courant. Il allait en commander une d'un autre genre

quand il apprit incidemment qu'un des "boys", après avoir fini sa tâche, s'exerçait les doigts chaque soir sur la machine incriminée. On se contenta de donner à l'ambitieux éphèbe une de ces machines à demi usées qu'on traite de "vieux clous".

Ce même patron apprit de ses dactylographes qu'il existe un lien d'habitude entre chaque employée et sa machine. C'est affaire de légèreté de main. Une machine ne doit pas se prêter plus qu'un cheval de selle; ce qui gêne la bouche de l'un, semble modifier le jeu des pièces de l'autre et oblige ensuite à une nouvelle mise au point. Ainsi a-t-on décidé de mettre sous clef dorénavant, la machine de toute dactylographe qui obtenait un congé; au retour, elle reprend possession immédiate de sa machine intacte.

Corrections, surcharges et grattages conduisent à des pertes de temps et donnent à la correspondance ou aux écritures un râcheux aspect. Pour en limiter l'effet, un directeur ordonna, après un délai d'une semaine, la suppression de tous les grattages, et ne permit plus de retouches qu'au chef de chaque division ou au chef des sténographes. Toute infraction, à l'aide de canifs ou de grattoirs particuliers, entraînerait un retard dans l'augmentation de salaire; il en serait de même du gaspillage du papier. Le résultat fut d'obtenir à moins de frais un travail plus soigné, plus propre et plus rapide.

Les trois dactylographes d'un bureau semblaient éviter avec soin tout excès de fatigues, aux heures où le chef était obligé de s'absenter. Il les pria de ne s'user, pendant ses absences, que d'un papier carbone de couleur particulière, et vit avec satisfaction que ce moyen de contrôle assurait beaucoup plus de travail.

Pour éprouver l'habileté des candidats aux places de sténo-dactylographe dans sa maison, un industriel, avant de se les faire présenter, les soumet à une épreuve. On leur remet la lettre suivante: "Nous avons reçu votre demande et vous exposons quelle est ici la tâche d'une sténo-dactylographe pour que, en cas d'admission, vous connaissiez vos devoirs et ce que nous attendons de vous." Suivirent des indications sur les heures de bureau, les congés et le salaire. Cette lettre comprend cinq cents mots. On note le temps mis par chaque postulante, d'abord pour la sténographie, puis pour la dactylographie. Cette épreuve évite tout ce qui peut causer de la nervosité; si elle est subie avec succès, mais dans ce cas seulement, le chef reçoit la candidate; peu de temps lui suffit pour compléter son jugement.

Si l'impression est favorable, il l'engage, et, comme elle est déjà au courant des conditions de son poste, elle peut en prendre possession dans le plus court délai.

La répartition des dactylographes entre les divers bureaux d'un établissement entraîne des désavantages. A certains moments, elles n'ont rien à faire ou on les emploie à de menues tâches au-dessous de leurs capacités. Il vaut mieux les grouper dans un même local. Les autres bureaux ne retentissent plus du bruit des machines à écrire, et la distribution du travail se fait mieux. La dactylographe en chef a sa place près de la porte de ce local et reçoit tout le travail à effectuer. Dès qu'une de ses subordonnées va avoir terminé le travail qui lui est confié, celle-ci l'indique en dressant sur son pupitre un petit signal rouge,—le "libre" des taxis-autos.

Lorsqu'un chef de bureau a besoin d'une dactylographe, il prévient la dactylographe en chef au moyen d'un signal électrique. S'il préfère les services de certaines employées, il remet la liste de leurs noms à la dactylographe en chef; cette maîtresse envoie la première disponible des employées désignées, laquelle à son retour, lui indique combien de lettres elle a à écrire et leur longueur approximative.

Un contrôle facile et compétent règle ainsi le travail, excite l'émulation, et permet d'accorder des salaires correspondants à l'habileté et au zèle de chaque employée. Il s'ensuit une réelle économie, lors même que le nombre des dactylographes est restreint.

Le Protecteur pour Robes Qui se Vend Bien.



Vendez les Protecteurs "Naiad"

—les protecteurs sans odeur, hygiéniques, confortables, durables.

—Echantillons et Prix sur Demande.

WRINCH, McLAREN & CO.

SEULS MANUFACTURIERS AU CANADA

77 Rue Wellington Ouest, - Toronto. - Canada,

Thomson Knitting Co.

MANUFACTURIERS DE

Bas de Coton sans Couture pour Dames
et Jeunes Filles, LONDON, ONT.

Demandez les Marques suivantes à votre
fournisseur en gros :—

“PARAGON”

“ITALIAN SILK”

“ECLIPSE”

aussi Chaussettes pour hommes.

“Style, Ajustage et Fini Supérieurs.”

Agents pour le commerce en gros.

J. DUDGEON & CO.,

149 Rue Notre-Dame Ouest, Montréal.

Etiquettes Tissées

Manufacturées par
The Colonial Weaving Co., Limited,
Peterborough, Ont.

Les Manufacturiers de Tissus et d'Articles de Mercerie peuvent
se procurer des échantillons de nos

Etiquettes Tissées.

Elles durent au-si longtemps que les vêtements dans lesquels
elles sont placées, et elles constituent une annonce de bon
goût et permanente pour votre maison et votre marque de
commerce.

Ecrivez à
The Colonial Weaving Co., Limited,
Peterborough, Ont.

DOMINION BUTTON

MANUFACTURERS, LIMITED

57 RUE WATER NORD, BERLIN, ONT.

MANUFACTURIERS DE

Fines Lignes de Boutons—

Ivoire, Corne, Ecaille et Pearllette



Les Sous- Vêtements

Populaires

Marque

Feuille d'Erable

On peut se les procurer dans tous les principaux
magasins de gros.

Cette marque de sous-vêtements est en grande
faveur depuis quatre ou cinq ans.

Vous feriez bien d'en voir les échantillons avant de
p'acez vos commandes.

Tous les principaux marchands de gros les tiennent.

Thos. Waterhouse & Co.,

LIMITED

Ingersoll, - Ontario

Montréal — Harold F. Watson, Waldon & Co.
Edifice Coristine.

Lises

182, rue Lafayette, Paris (2^e) Téléphone 445-21

MODE COUTURE

La Confection Française

JOURNAL OFFICIEL DE L'HABILLEMENT EN GÉNÉRAL

ABONNEMENTS
France 6 fr.
Union Postale 10 fr.
Le numéro : 80 centimes

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

RÉDACTION ET ADMINISTRATION
182, rue Lafayette
Cédex : 12, 31 de Strasbourg
PARIS-10^e 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 tout renseignement concernant la rédaction, s'adresser à la Société Générale de Publicité "LA RÉCLAME UNIVERSELLE" 182, rue Lafayette, Paris. Directeur général : W. E. KAROLUSZEL. 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. Fabriquée avec du bon coton pur—pas de déchets. Demandez la Ouate en paquets "North Star," "Crescent," et "Pearl."

**ROBERT HENDERSON & CO.
MONTREAL.**

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



S. E. PORTER & CO.

Edifice Birks, MONTREAL.

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

Table Alphabétique des Annonces

Arlington Company.....	A	31
Brock The W. R. Co.....	B	8
Canadian Converters.....	C	34
Colonial Weaving Co.....		37
Campbells Mfg. Co.....		20
	D	
David J. C. & Cie.....		32
Debenhams Limited.....		19
Dent Allcroft & Co.....		20
Dominion Button Mfrs Ltd.....		37
	F	
Fairbairn D. R. Co.....		22
Fitzgibbon Limited.....		24
	G	
Garneau Limitée.....		ouvert
Greenshields Limited.....		couverts et 28
	H	
Henderson Robert.....		38
	K	
Kingston Hosiery Co. Ltd.....		25

La Confection Française.....	L	38
Lamson Company.....		21
	M	
The Moplin Mfg. Co. Ltd.....		28
Mercury Mills Ltd.....		13
The D. McCall Co. Ltd.....		17
	N	
National Cash Register Co.....		27
Nisbet & Auld.....		33
	P	
Perrin Frères & Cie.....		4
Porter, S. E. & Co.....		38
Pullan M. & Son.....		29
	R	
Racine A. Limitée.....		15
	S	
Schofield Woolen.....		30
	T	
Thomson Knitting Co.....		37
Tooke Bros.....		3
Thompson Lace & Veiling Co.....		35
	W	
Waterhouse Thos. & Co., Limited.....		37
Williams, Greene & Rome Co.....		couvert
Wrinch, McLaren & Co.....		37