



Tissots et Nouveautés

(TISSUES & DRYGOODS)

AOUT 1908

PRIESTLEY

WEST OF ENGLAND

Broadcloths

Chiffon

Ne se tachant pas

D'UNE TEXTURE FORTE
SOUPLES A MANIER
LUSTRE PERMANENT

LIGNE COMPLETE EN NOIR
ET COULEURS.

GREENSHIELDS LIMITED

MONTREAL

SEULS AGENTS DE VENTE POUR LE CANADA.

TISSUS ET NOUVEAUTES

The W.R. Brock Company, (Limited)



MARCHANDISES POUR LA SAISON D'AUTOMNE.

Nous avons à présent reçu ces différentes lignes :

Etoffes a Robes.

Bas.

Dentelles et Rubans

Flanellettes.

Confections.

Les patrons et façons sont des dernières modes, et leur valeur est la meilleure sur le marché. Nous sollicitons votre visite à la prochaine occasion.

Vous pouvez être assuré que ce sera à votre avantage.

Vos bien dévoués

The W. R. Brock Company, (Limited)

R. A. Brock Director

Montreal

Tissus et Nouveautés

(TISSUES & DRY GOODS)

REVUE MENSUELLE

Publié par La Compagnie de Publications Commerciales (The Trades Publishing Co'y) 25 rue Saint-Gabriel, Montreal. Téléphone Main 2347. Boite 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 arriérés et l'année en cours ne sont pas payés.

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

Vol. VII

MONTREAL, AOUT

No 8

PIQUE-NIQUE DES MARCHANDS-DE- TAILLEURS DE NOUVEAUTÉS DE LA PROVINCE DE QUEBEC

Le pique-nique des Marchands-Détailleurs de Nouveautés qui a eu lieu le jeudi 9 août, à Highgate Springs, a obtenu un franc succès sous tous les rapports.

En effet, la température a été idéale; d'autre part, rien n'avait été négligé pour assurer et le confort et l'agrément des excursionnistes.

Parti de Montréal à 9 heures, le train spécial est arrivé à Highgate Springs, à 11 heures.



W. U. Boivin,

1er Vice-Président de l'Association des Marchands-Détailleurs de Nouveautés.

Après une visite dans le magnifique parc commença l'exécution du programme des courses préparé par les organisateurs. Voici les résultats des diverses courses:

No 1—Course de 50 verges ouverte aux jeunes filles âgées de moins de 15 ans.

1er prix, Mlles Marguerite Oakes; 2e prix, Anna Ethier.

No 2—Course de 75 verges ouverte aux jeunes garçons âgés de moins de 15 ans.

1er prix, MM. Henri Gareau; 2e prix, Emile Gareau.

No 3—Course de 150 verges, ouverte aux voyageurs de commerce en nouveautés,

1er prix, MM. B. Charbonneau; 2e prix, W. Wise; 3e prix, M. Robitaille; 4e prix, Eugène Chevrier.

No 4—Concours au pot cassé.

1er prix, MM. E. Millette; 2e prix, Thomas Oakes.



O. Lemire,

Président de l'Association des Marchands-Détailleurs de Nouveautés.

No 5—Courses de 150 verges, ouverte aux membres de la Société des Marchands-Détailleurs de Nouveautés.

1er prix, MM. Wilfrid Michaud; 2e prix, Amédée Gélinas; 3e prix, W. U. Boivin.

Après les courses les excursionnistes se dispersèrent, les uns pour prendre le dîner, soit au Franklin House, soit au Lakeside Hotel, tandis que d'autres accompagnés des membres de leur famille prenaient leur repas sur l'herbe à l'ombre des grands arbres.

A la suite du dîner eut lieu un concert improvisé dans lequel M. J. W. Michaud, de la maison Wilks & Michaud, se distingua d'une façon toute particulière. Par sa belle voix, il charma non seulement les excursionnistes, mais encore de nom-

breux étrangers qui s'arrêtaient pour écouter les chants patriotiques du Canada.

Le concert terminé, les excursionnistes se rendent, les uns au Pavillon de Danse, les autres sur l'emplacement réservé à une partie de foot-ball entre les marchands et les commis-voyageurs.

Le départ s'est effectué vers 6.30 et le train entra à la gare Bonaventure vers les 8 heures.

Avant de terminer, qu'il nous soit permis de féliciter les organisateurs pour la manière parfaite dont ils ont fait les



A. Lecompte,

Trésorier de l'Association des Marchands-Détailleurs de Nouveautés.

choses et les attentions délicates qu'ils ont eues pour leurs invités.

Nous devons des remerciements tout particuliers à M. W. U. Boivin, 1er vice-président de l'Association, qui a présidé à l'excursion en l'absence de M. O. Lemire, président, retenu chez lui par une indisposition, ainsi qu'à M. A. Lecompte, trésorier de l'Association. Ces messieurs ont été continuellement sur la brèche et une grande partie du succès de cette belle journée leur est due.

Voici les noms des membres des différents comités de l'excursion.

Comité d'Excursion

O. Lemire, président; J. O. Gareau, Z. Arcand, A. Rouleau, E. Lamy, J. D. Couture, A. Fleury, G. Marsolais, E. Viau, J. B. Letendre, J. P. Bédard, J. E. Fleury, W. U. Boivin, A. Lecompte, J. P. Gervais, A. Giroux, H. Co-stantin, D. Mercure, A. I. Vallières, T. Oakes, W. Lafrance, A. Lamy, Jos. Lemieux.

Comité de Réception

O. Lemire, président; A. Lecompte, J. O. Gareau, A. Rouleau.

Comité des Jeux

A. Fleury, président; Z. Arcand, E. Lamy, T. Oakes, J. O. Gareau, H. Co-stantin, A. I. Vallières.

Comité de la Musique et des Danses

W. U. Boivin, président; J. P. Gervais, J. D. Couture, E. Viau, A. Giroux, Jos. Lemieux.

Au nombre des excursionnistes nous avons remarqué MM. D. Dapont, L. M. Valliquette, Ernest Lamy, Jr., Ernest Lamy, Sr., J. L'Heureux, J. N. Leclair, A. T. de Tonnancourt, J. H. Lesage, M. et Mme H. Giroux, J. H. Pinet, de la maison W. R. Brock Co., Ltd. M. et Mme N. Marcotte, M. et Mme J. W. Michaud, M. et Mme J. Lafrenière, MM. A. Fleury, J. Brossard, Bruno Charbonneau, J. N. Brossard, J. N. Daoust, P. Boire, J. Platt, Isidore Fortin, T. Oakes, J. U. Moreau, J. E. Desroches, J. E. Tremblay, M. et Mme A. P. Mercier, M. et Mme J. J. Rodrigue, Mme Parker, M. J. Desjardins, C. A. Gagnon, J. L. H. Tranchemontagne, J. M. Marcotte, M. et Mme A. Desane, M. Claman, M. Beauchamp, J. P. Gervais, A. B. Trudel, J. L. Desjardins, J. E. Lafontaine, A. E. Rozand, de MM. Gex, Harper & Co.; J. R. Raymond, Alfred David, Aimé David, H. Saint-Germain, Liguori Desjardins, H. Gélinas, G. E. Déry, J. Brunet, A. S. LeBlanc, Miles Grossman et Sicard, M. Tangay, M. et Miles J. Rivet, A. Brunelle, J. Loranger, A. Granger, O. Landreville, M. Jodoin, A. J. Lauzon, J. Grossman, Georges Pélissier, Georges Perron, J. J. Mullin, de Bedford et S. Constantineau, C. R. de Bedford, J. D. Couture, A. Fleury, M. et Mme A. LeBlanc, W. Boivin, J. G. Watson, M. et Mme G. Lecompte, M. M. et Mlle Beauvais, M. et Mme Eugène Viau, Mlle Ernestine Beauchamp, J. O. Gareau et fils, M. et Mme Rouleau, MM. A. O. Morin, A. G. Paradis, M. et Mme Desjardins, E. O. Barette, W. Wyse, de MM. Tooke Bros.; A. Girard, de la "Patrie"; A. Beaudoin, de la "Presse"; Gaston Dagenais, représentant la W. R. Brock Co., Ltd.; C. N. Cameron, représentant Green Shields Ltd.; M. et Mme J. C. Brien, Jos. Lecavalier, E. Roy, A. Pichette, Ernest Turcot, M. et Mme L. A. Picard, E. D. Aumont, Mlle Turcot, Mme J. L. Desjardins, E. Martin, J. A. Boyer, A. A. Lefebvre, M. et Mme Jos. Pelletier,

Roméo Charest, F. X. Lanctôt, J. C. Martineau, M. et Mme Massé, M. et Mme A. Gaudet, M. et Mme A. Marchand, P. A. McRoe, E. Séguin, L. E. Jetté, W. Baker, J. Lemieux, J. H. Armand, J. Labine, C. A. Prévost, F. N. Picard, R. Bouchette, D. A. Blackburn, G. Dagenais, L. Bédard, P. J. Pelletier, M. et Mme A. Charbonneau, Alf. Dany, M. et Mme A. Roy, E. Dewitt, M. Côté, Mme Marcotte, Camille Richard et fils, J. H. Bouchard, R. P. Donnelly, M. Louis Lafond et famille, J. Contant et Miles Contant, P. Gagnon et famille, M. et Mme Eugène Crépeau, M. L. Paradis, Mme T. Chapdelaine, G. Arless, M. et Mme J. Martineau, O. Millette, M. et Mme Alf. Dugal, J. E. Bénéral, H. Nightingale, représentant "Le Prix Coarant" et "Tissus et Nouveautés".

W. R. Brock Company, Limited

Le département de la bonneterie de Brock offre deux lignes de vêtements de dessous à côtes élastiques, le numéro 102, à détailler à \$0.75 et le numéro 106, à détailler à \$1.00, qui sont des valeurs exceptionnellement bonnes. Il offre aussi, pour jeunes gens et pour hommes des sous-vêtements doublés, à des prix populaires, des sweaters, une grande variété de chemises de dessus, et pour dames, des corps. Les gants de peau, "Hilda" et "Olive" sont toujours en vente, ces derniers forment spécialement une valeur très bonne. Nous croyons que cette ligne est karantée.

Dans le département des articles de tablettes, une nouvelle tresse mercerisée, pour lujes, est offerte et la maison donne aux clients qui en achètent douze grosses, un magnifique support d'étalage qui aide matériellement à la vente de la marchandise. On trouve aussi dans ce département un grand assortiment de peignes de côté et de peignes de nuque; en vérité, nous le pensons pas que le stock de peignes soit surpassé ailleurs dans le commerce.

La maison offre aussi des ondulateurs pour coiffure Marcel, des fers à friser, etc., lignes qui se détaillent toujours rapidement et avec profit. Toutes les lignes principales de Jarretelles, telles que CMC, Foster, suspension Kleinart, "Velvet Grip", etc., etc., sont aussi en stock.

Dans le département des confections, des blouses de couleur P100, à détailler à 50 cents, soit un article frappant ainsi que des jupes en tweed mélangé de gris P168, à détailler à \$6.50. Une ligne très complète de vêtements de dessous en flanellette est également offerte. Dans le département des linages, le drap Vénitien Ancoala TB1 à détailler à \$1.25, tient bien sa place. Nous ne pensons pas que cette ligne puisse être surpassée ailleurs et elle se vend toujours bien.

Dans les étoffes Beaver, pour pardessus, deux lignes de 54 pouces sont offertes, qui peuvent se détailler à \$1 et \$1.50 et dans les étoffes grises "Cover" à pardessus, la ligne MR1, à détailler à \$1.25 et la ligne MR2, à détailler à \$2, sont parmi les meilleurs articles de vente.

Dans le département des marchandises de fantaisie, quelques jolis tissus chiffon "Motor" pour voilettes, ourlet à jour, à détailler à 35, 49 et 50 cents, font très bien.

Vous vous rappelez, sans doute, la grande difficulté que l'on a eue l'année

dernière à obtenir des livraisons de golfes. Cette année, il serait bon de placer vos ordres de bonne heure pour ces marchandises. C'est le conseil que donnent tous les marchands de gros à leur clients. Le département des articles de fantaisie de Brock offre des livres à détailler à \$2.25 et \$3 ainsi que quelques lignes à prix inférieurs.

On peut aussi se procurer dans ce département des ceintures en cuir blanc qui se détaillent de 40 à 75 cents.

Le département des cotonnades offre deux lignes de wrapperettes qui sont de très bonnes valeurs: le No 56, 28/29 pouces, à détailler à 12½ cents et le No 89, 36 pouces, à détailler à 12½ cents. Ces deux lignes sont particulières à la Compagnie. La maison offre aussi un coutil élastique, tout toile, qui est appelé "Wonder". Cet article se détaille très profitablement à 15 cents.

Dans le département des étoffes à robes, le velveteen uni et à côtes, pour costumes, à détailler à 40, 50 et 75 cents, semble être en haute faveur, à en juger par les ordres que la maison reçoit. On peut se procurer des tweeds gris clair unis ou en overcheck qui seront très employés pour les costumes cet automne et qui se détaillent à 50, 85 et \$1.50; ce sont des marchandises très profitables. L'étoffe noire "Vicuna" pour costumes NJ15, 55 pouces, fini Corona, à détailler à 75 cts, a de très bonnes ventes et le département recommande à tous les marchands désirant ce drap de placer leurs ordres de bonne heure, de manière à être sûrs de ces livraisons.

Le département des fournitures de maison offre quelques modèles exclusifs en tapis et rugs Bruxelles, Tapestry, Wilton et Axminster. Ce département est maintenant un des plus modernes du commerce et a toujours en stock des tapis des dessins les plus nouveaux. Un très joli assortiment de linoleums et de prés-lerts en toile cirée écossais et canadiens est aussi offert.

En dessus de meubles, rideaux chenille et tapestry, draperies d'art, etc., le stock est des plus complets sous tous les rapports.

Les usines de la Dominion Lnen, à Bracebridge, sont de nouveau en activité, dit-on, et travaillent à leur pleine capacité. Elles sont maintenant la propriété de la Dominion Lnen Mfg. Co., dont M. Chris. Kloefer est président; M. Ewan MacKenzie, vice-président; M. R. Dodds (Guelph), secrétaire et Robert Caldwell, surintendant.

Une maison très connue de Chapeaux et Fourrures en Gros demande un voyageur expérimenté pour la Province de Québec.

Lignes de premier ordre. S'adresser par lettre à L. O., "Tissus et Nouveautés," 25, rue St-Gabriel, Montréal.

Modes en Gros

JOURS D'EXHIBITION

**A Montreal
4 Sept.**

112 Rue St-Pierre



Représentant:
M. LOUIS DECELLES

**A Québec
10 Sept.**

41 Rue St-Joseph



Représentant:
M. JEAN B. LEMIEUX



"THE VESTA TILLEY."

La Maison Renommée pour les Modes

The D. McCALL CO., Limited,

TORONTO

MONTREAL

QUEBEC

WINNIPEG

OTTAWA.

ASSEMBLEE ANNUELLE DES MANUFACTURIERS

Branche de Montréal

Mardi, 24 juillet, a eu lieu au Board of Trade l'assemblée annuelle de l'Association des Manufacturiers Canadiens, de la branche de Montréal. Les principaux sujets discutés à cette assemblée ont été les suivants: l'extension du traité de commerce entre la Métropole et le Japon envers le Canada; le bill de compensation des ouvriers; le capital et le travail et les frais concernant la saisie des salaires.

Lieut.-Col. J. H. Burland, qui s'est retiré comme président du comité exécutif, lut un discours dans lequel il traita en détail toutes les questions énumérées ci-dessus.

M. D. Cameron, secrétaire de la Branche de Montréal, lut le rapport du comité exécutif pour l'année, dans lequel il est dit que la proposition d'augmenter la taxe des compagnies incorporées de 1-5 de 1 pour cent du capital payé jusqu'à \$1,000,000 a été réduite à une proposition de 1-8 de 1 pour cent. Ce rapport a aussi montré que la taxe proposée de 25 pour cent sur toutes les primes payées à des compagnies d'assurance contre l'incendie extra provinciales, toutes licencées pour faire affaires dans la province, était réduite à un pour cent, grâce à l'opposition de l'Association à l'augmentation proposée. Dans ce rapport, il est aussi question de la taxe sur les voyageurs de commerce non résidents, taxe qui a été modifiée de la manière suivante:

Les voyageurs ayant à faire au commerce de gros paient \$50 pour une licence semi-annuelle; les voyageurs ayant à faire au commerce de détail paient \$100; et ceux ayant à faire au consommateur \$200.

Lieut.-Col. Burland lut alors le discours annuel, dans lequel il parla de l'extension du traité entre la Métropole et le Japon et de l'ampleur à lui donner.

Ce traité, dit-il, donnerait aux Canadiens beaucoup d'avantages et de droits dans leurs transactions avec les Japonais, et il espère que les manufacturiers Canadiens et d'autres en profiteront, ce qui aura pour effet d'étendre notre commerce et d'augmenter nos exportations.

Discutant la question du capital et de la main-d'oeuvre, M. Burland dit que le sentiment existant aujourd'hui entre le capital et le travail est un sentiment de défiance et d'antagonisme et que, dans certains cas, ce sentiment pourrait être désigné par des termes même plus violents.

Autrefois l'ouvrier était presque un esclave, aujourd'hui il y a danger que le patron soit opprimé et que l'employé devienne oppresseur.

Il faut faire quelque chose pour établir l'équilibre et le meilleur remède consiste à établir un fonds de pension satisfaisant à la fois pour l'employé et le patron et qui tende à créer un sentiment meilleur entre les intérêts opposés.

Une autre question intéressante discutée dans ce rapport est celle de la saisie de salaires des ouvriers. La loi qui le concerne pourrait être amendée à l'avantage des deux parties. Les membres les moins recommandables du barreau exploitent les pauvres ouvriers en exigeant d'eux des honoraires trop élevés, et des moyens devraient être pris pour diminuer les frais de saisie.

Le Bill de Compensation aux Ouvriers en raison d'accidents causés par le travail a été entièrement discuté. L'adoption d'un bill de cette sorte serait, d'après les vues des membres de l'Association, une main-mise sur l'industrie de la province et obligerait certaines maisons à fermer leurs établissements; tandis qu'elle empêcherait d'autres de débiter. Il se peut que ce bill soit présenté à la législature à la prochaine session, mais l'Association des Manufacturiers lui fera une vigoureuse opposition.

Hon. J. D. Rolland, M. C. C. Ballantyne et M. Louis Simpson prirent part à la discussion et tous désapprouvèrent les principes de ce bill.

Le trésorier lut ensuite son rapport, duquel il ressort que les dépenses de la branche de Montréal se sont élevées à \$2,294.67 contre \$2,584.63 pendant la période correspondante de 1905. De plus, ce rapport déclare que, bien que les revenus de la branche aient été augmentés par l'admission de 52 nouveaux membres, les dépenses sont en diminution de \$289.96.

Une motion de M. R. J. Younge, à l'effet que tous les anciens présidents de l'Association, résidant dans la cité, et que les anciens présidents de la branche de Montréal deviennent ex-officio membres de la branche de Montréal, a été adoptée.

Sur motion de M. J. J. McGill qui les membres non résidents soient représentés dans le comité exécutif, M. Louis Simpson, de Valleyfield, et M. J. C. Casavant, de St-Hyacinthe, ont été choisis dans ce but.

Le président annonça officiellement le choix des nouveaux officiers pour l'année suivante, ce sont:

MM. J. S. N. Dougall, président; M. S. W. Ewing, vice-président.

Membres du comité exécutif: MM. Fred. Birks, J. H. Birks, S. S. Boxer, Geo. E. Drummond, Geo. Esplin, F. W. Fairman, Robt. Gardner, Ch. B. Gordon, J. R. Kinghorn, Robt. Munro, L. H. Packard, Hon. J. D. Rolland, Geo. W. Sadler, E. F. Slise, Clarence F. Smith, W. P. Whithead, F. Howard, Wilson et R. J. Younge.

M. Jas. S. N. Dougall, qui vient d'être élu par acclamation président de la branche montréalaise de l'Association des Manufacturiers Canadiens, est une des personnalités les plus en vue et les plus estimées de notre monde industriel.

M. Dougall est dans le commerce de gros des huiles, peintures et vernis depuis 1869. Il a fait partie de la maison McArthur, Cornelle, pendant 25 ans, dont 10 comme associé. En 1892, M. Dougall entra dans l'industrie des vernis et il est depuis de nombreuses années le principal associé de la maison McCaskill, Dougall & Co.

M. Dougall est membre du Board of Trade depuis 1887, il a de plus pris une part active dans les affaires de la Do-



M. J. S. N. Dougall,

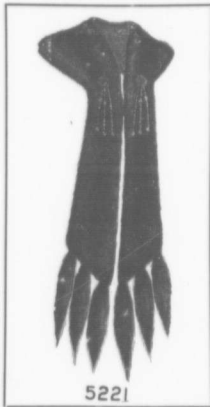
De MM. McCaskill, Dougall & Co., élu par acclamation, président de la branche de Montréal, de l'Association des Manufacturiers Canadiens.

minion Commercial Travellers' Association, dont il a été trésorier pendant trois ans et président pendant deux autres années. Tout dernièrement, il a été élu par acclamation président de la Dominion Commercial Travellers' Mutual Benefit Society.

M. Dougall est depuis plusieurs années membre du conseil exécutif de l'Association des Manufacturiers Canadiens et, pendant les deux dernières années, il a occupé la charge de président du comité des finances de la branche de Montréal de cette Association.

M. S. W. Ewing, un des chefs de la maison S. H. Ewing & Sons, manufacturiers et importateurs d'épices, bouchons et articles pour embouteilleurs, est une des plus importantes maisons du genre au Canada, a été élu par acclamation vice-président de la branche de l'Association des Manufacturiers de Montréal. M. S.

Une Economie réelle en Fourrures.



B IEN des gens commettent une grande erreur en supposant que les deux qualités principales en fourrures sont l'apparence et le bas prix. Quoique l'apparence d'un vêtement en fourrures et le bas prix auquel vous pouvez l'avoir jouent un grand rôle dans la vente, il y a cependant encore beaucoup d'autres points à considérer.

1^{er} - L'animal doit être tué dans la bonne saison, c'est-à-dire quand la fourrure est très épaisse.

2^e - La peau d'un animal pris au piège n'est pas tannée par les balles.

3^e - Les peaux vertes doivent être bien préparées, étirées également et soigneusement coupées.

4^e - Elles doivent être teintées convenablement afin de garder leur couleur et leur lustre.

5^e - Les coutures doivent être assez larges pour éviter les déchirures.

6^e - Les experts qui connaissent à fond ces différents procédés ne donnent pas leur travail pour rien.

Maintenant, c'est bien beau de dire: "Tout ce que je veux, c'est de faire de gros profits." Et les nouvelles commandes, y pensez-vous? Croyez-vous que la dame qui achète un manteau en fourrure aime à le voir se déchirer en morceaux, avant

la fin de l'hiver? Vous savez que l'homme qui vient de vous acheter un casque ou des gants en fourrures aille ailleurs quand il aura besoin d'un paletot doublé en fourrure? Non, n'est-ce pas, si vous pouvez l'empêcher! Eh bien, si vous avez l'intention de rester en affaires, d'étendre, d'agrandir votre commerce, il sera de votre intérêt d'acheter des fourrures sur lesquelles vous pouvez compter - des fourrures garanties donner satisfaction - des fourrures préparées par des experts, qui les prennent peaux vertes et les font passer par tous les procédés qui en font un article fini et cela, dans la manufacture la plus vaste du Canada, la seule du pays où toutes les opérations se font sous le même toit. Cela ne vous paierait pas de faire des affaires avec une maison qui n'est pas assez considérable pour vous donner tous les avantages possibles.

Les fourrures de Paquet ne sont pas d'un prix très élevé non plus; elles vous laissent un bon profit sur toutes vos ventes, vous procurez des clients satisfaits et une avalanche de nouvelles commandes.

L'un de nos 18 voyageurs ira vous montrer nos différentes lignes si vous le désirez.

Ecrivez-nous une carte postale immédiatement!

J. ARTHUR PAQUET, Québec. Succursales à Winnipeg, Toronto, Ottawa, Montréal et St-Jean, N.B.

EXPOSITION de MODES d'AUTOMNE

**LUNDI,
MARDI et
MERCREDI,**

LES

**27
28
29** **Août**

Ghapeaux Modèles Importés de Paris

Nouvelles Nouveautés Européennes

Chaley & Orkin,

214, rue Notre-Dame Ouest,
MONTREAL.

W. Ewing appartient à une des familles les plus connues dans le monde industriel de Montréal, pour ne pas dire du Canada et nous croyons que les Manufacturiers n'auraient su faire un meilleur choix en l'appelant à un poste aussi important.

M. Ewing, du reste, a toujours pris une part active aux affaires de l'Association depuis la formation de la branche de



M. S. W. Ewing.

De MM. S. H. Ewing & Sons, élu par acclamation, vice-président de la branche de Montréal, de l'Association des Manufacturiers Canadiens.

Montréal, qui est, sans contredit, une des plus importantes et une des plus influentes du Canada.

M. S. W. Ewing a été directeur de l'Association des Voyageurs de commerce pendant de nombreuses années, et il a toujours pris une part active dans la politique municipale de Montréal, surtout lorsqu'il s'est agi de faire progresser et d'embellir notre ville.

Pendant les loisirs que lui laissent ses nombreuses occupations, M. Ewing s'occupe de musique; il est le président de la Montreal Philharmonic Society.

Wm. A. Marsh Company, Western Ltd.

Une charta du Dominion a été accordée à Wm. A. Marsh Co., Western Ltd., de la cité de Québec, avec un capital-actions de \$75,000, réparti en 750 parts de \$100 chacune. Le but de la Compagnie est de manufacturer et de vendre le cuir et le canevas, les harnais, les malles, sacs à main, valises, formes, bottes, souliers et tous autres articles pouvant être manufacturés au moyen de cuir, canevas, gutta-percha, caoutchouc et autres matières, ainsi que faire du commerce avec les fourreurs, marchands de drap, bonnetiers, gantiers, et marchands de vêtements en général. Les personnes incorporées sont: Wm. A. Marsh, manufacturier de Québec, David A. Gibson, gérant, James W. Leathorn, vendeur, tous les deux de Winnipeg; Geo. E. Fry, commis et Robert Stanley, commerçant, tous deux, de la ville de Québec.

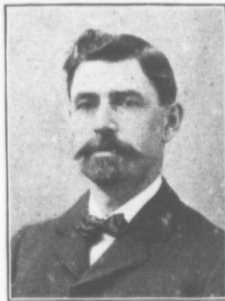
CONVENTION ANNUELLE A SHERBROOKE DE L'ASSOCIATION DES MARCHANDS-DETAILLERS DU CANADA

Section de la Province de Québec

L'ouverture solennelle de la deuxième Convention annuelle de l'Association des Marchands-Détailiers du Canada, section de la Province de Québec, a eu lieu, mardi après-midi, le 10 juillet courant, à Sherbrooke, sous la présidence du Président Provincial M. J. O. Gareau, de Montréal.

Il y avait là des délégués des succursales de toutes les villes importantes de la Province.

Actuellement le bureau-chef de la province de Québec possède 14 succursales, parmi lesquelles celles de Québec, Trois-Rivières, Sorel, St-Hyacinthe, St-Jean, Joliette, St-Jérôme, Sherbrooke, Hull, Coaticook, etc.



M. J. O. GAREAU,

Président Provincial et directeur-gérant de la Eastern Townships Mfg. Co., Limited.

Toutes les succursales possèdent aujourd'hui au-delà de 1,500 membres.

Il y avait à la Convention environ 40 délégués.

Le président provincial, au cours des remarques qu'il fit à l'occasion de l'ouverture de la convention, repassa brièvement les travaux importants qui ont été accomplis par le Bureau Provincial de l'Association des Marchands-Détailiers du Canada durant l'année écoulée.

M. L. A. Bayley, président de la succursale de Sherbrooke, souhaite la bienvenue aux délégués présents, et il invite M. C. F. Olivier, maire de Sherbrooke, à prendre la parole.

M. le maire fait des remarques très heureuses.

Il dit que l'organisation des hommes d'affaires est aujourd'hui d'une nécessité absolue, non seulement dans l'intérêt des marchands, mais surtout dans l'intérêt du public acheteur, qu'on exploite par

des projets trompeurs ou "schemes" qu'on voile sous le manteau d'une fausse bienfaisance. Il a suivi avec intérêt, les développements de l'Association, pendant l'année qui se termine. Il est heureux de féliciter les officiers Provinciaux de l'Association sur l'efficacité de leur travail. Il est certain que si les marchands connaissent les résultats obtenus par l'Association, tous demanderaient à en faire partie. Pour sa part, il est très honoré de se compter au nombre de ses membres.

On procède ensuite à l'ordre du jour et un grand nombre de résolutions sont reçues, discutées et adoptées.

L'une des questions les plus importantes est celle qui a rapport aux combinaisons commerciales.

La convention adopte une résolution demandant au gouvernement fédéral d'amender l'article 520 du code criminel.

Cette résolution demande en plus que les officiers exécutifs d'une compagnie incorporée soient responsables des actes de la compagnie, tout comme le sont les simples marchands individuellement.

A ce sujet le secrétaire provincial, M. J. A. Beaudry, donne un exemple frappant des avantages qu'ont les compagnies incorporées sur les marchands-détailiers en général.

Il y a quelques mois un magasin à départements annonçait la mise en vente

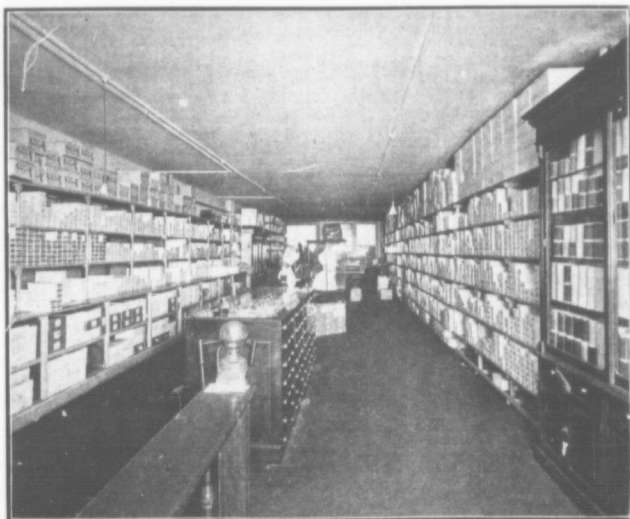


M. J. A. BEAUDRY,

Secrétaire Provincial.

d'un set à thé en argent à \$6.67, la valeur ordinaire étant de \$12.00. Or ce set à thé n'était pas en argent. On fit émettre un mandat contre le président de la compagnie, le magistrat de police déclara qu'il n'avait pas de juridiction et la plainte fut renvoyée.

On institua alors au civil une action en dommages. Chaque partie en cause fit entendre ses témoins et au cours de



Les Modistes

Sont respectueusement invitées à nous rendre visite, au moment de l'Ouverture et à voir notre Stock splendide de

RUBANS

Si vous ne venez pas à Montréal, nous nous ferons un plaisir de vous soumettre nos Prix et des Echantillons.

La Maison des Rubans du Canada

Walter H. Barry & Co.,

234, rue McGill, = = Montreal.

l'enquête il fut démontré que la même marchandise se vendait régulièrement chez les bijoutiers \$4.50. La Cour trouva qu'il y avait eu fraude et accorda des dommages.

La compagnie en appela à la Haute Cour de Toronto qui confirma le jugement de la cour de première instance.

Non satisfaite de ces deux condamnations, la compagnie se rendit devant la Cour Suprême du Canada où elle fut trouvée coupable de fraude pour la troisième fois.

Or, vers le même temps, une dame se présentait chez un pharmacien, demandant à acheter une chopine de térébenthine.

En faisant sa demande d'achat, elle remit au pharmacien une bouteille que ce dernier jugea contenir plus que la chopine demandée.

Le pharmacien emplit la bouteille et chargea le prix d'une chopine de térébenthine.

Le lendemain il était arrêté pour ne pas avoir donné la mesure demandée et traduit en Cour de Police où il fut trouvé coupable. La bouteille ne contenait pas une chopine, il manquait une fraction d'once.

M. Beaudry fait alors un tableau saisissant des avantages dont jouissent les magasins à départements incorporés. Il compare ensuite ces avantages aux difficultés et aux tracas auxquels sont continuellement en butte les simples marchands-détailleurs.

Les compagnies incorporées auraient entr'autres l'avantage de pouvoir faire de fausses représentations et la loi criminelle ne les atteint pas.

Il est parfaitement reconnu que les lignes de marchandises qui se vendent le plus dans les magasins à départements, entr'autres les produits pharmaceutiques, la vaisselle, etc., sont de préférence annoncées à très grande réduction, comme appât surtout pour le client que l'on cherche ainsi à mettre sous l'impression que seuls les magasins à départements peuvent vendre à bon marché.

Ces magasins se reprennent ensuite sur d'autres articles que le public en général n'est pas en état d'apprécier à leur valeur.

Les remarques du secrétaire provincial Beaudry ont été pleinement endossées par les délégués présents.

La première séance de la convention est alors levée et l'on ajourne à 8 heures, le soir même.

À la séance du soir, le secrétaire donna d'abord lecture des minutes qui sont approuvées.

On continue à prendre connaissance des résolutions à adopter.

Une résolution à l'effet de demander à la législature l'amendement du Code

Municipal, en ce qui concerne le colportage dans les campagnes, rencontre l'approbation entière de la convention.

On adopte encore une résolution à l'effet de faire amender le Code de Procédure de la Province. Actuellement, les procédures à la Cour de Circuit sont trop dispendieuses et trop longues.

MM. J. G. Watson, Montréal, J. J. Mullin, Bedford; Camille Barrette, Joliette; A. Bornival, Trois-Rivières; L. V. Marchesseault, West-Shefford se sont particulièrement distingués par leurs arguments en faveur de l'adoption des résolutions tendant à faire amender le Code Municipal et le Code de Procédure de la Province.

Suit la lecture et l'approbation des rapports du président provincial, du secrétaire et du trésorier provincial.

Le rapport du secrétaire provincial, M. J. A. Beaudry, est particulièrement intéressant en ce sens surtout qu'il est très élaboré et donne un aperçu précis de tout ce qu'a fait le Bureau Provincial durant l'année écoulée.

On procède alors à l'élection du Bureau Exécutif provincial de l'Association des Marchands-Détailleurs du Canada.

Ont été élus: Président provincial, M. J. O. Gareau, marchand de nouveautés, Montréal et directeur-gérant de la Eastern Townships Mfg. Co., Ltd.; 1er Vice-Président Provincial, M. L. Albert Bayley, marchand de nouveautés, Sherbrooke; 2e Vice-Président Provincial, M. A. L. Dupuis, Coaticook; Trésorier Provincial, M. J. G. Watson, marchand de chaussures, Montréal; Secrétaire Provincial, M. J. A. Beaudry.

Séance du 11 juillet:

Le premier ordre du jour est l'élection des délégués provinciaux de Québec dans le Bureau Fédéral de l'Association.

Délégués élus:

J. O. Gareau, Montréal; L. A. Bayley, Sherbrooke; L. V. Marchesseault, J. G. Watson et J. A. Beaudry, Montréal.

À 11 heures, a. m., tous les délégués acceptent l'offre de la succursale de Sherbrooke d'une excursion à New-York, Vt., par le Boston and Maine.

Le départ s'effectue à 11.15 heures.

Environ 250 excursionnistes prirent part à ce magnifique pique-nique. Rendus à New-Port, un superbe dîner attendait les touristes.

Après le dîner, on fit un voyage de plaisir sur le lac jusqu'à Magog, à bord du "Lady of the Lake".

De Magog à Sherbrooke, les excursionnistes firent le trajet en train spécial.

Le retour à Sherbrooke s'effectua à 7.00 heures.

Tous les délégués sont revenus enchantés du splendide panorama qu'ils eurent l'occasion d'admirer.

EXCURSION ANNUELLE DES COMMISS MARCHANDS DE MONTREAL

Le 28 juillet dernier a eu lieu la troisième excursion annuelle des Commiss Marchands de Montréal, dont le but était une visite à la ville de Québec. Six à sept cents personnes ont pris part à cette excursion: Les excursionnistes quittèrent la gare Bonaventure vers minuit et arrivèrent à Lévis à sept heures et demie le lendemain matin. Ils furent reçus par les représentants de l'Association de Québec, qui firent tout leur possible pour rendre agréable le séjour des visiteurs à Québec. Après avoir déjeuné à l'hôtel Victoria, les excursionnistes se séparèrent pour visiter la ville et ses environs. A deux heures et demie, les commiss marchands de Montréal, invités par l'Association de Québec, prirent place à bord d'un bateau pour se rendre à l'île d'Orléans où ils passeront deux heures très agréablement.

Le soir les membres de l'Association de Québec furent invités à dîner par leurs confrères de Montréal. A ce repas où la plus grande cordialité ne cessa de régner, des allocutions furent prononcées par M. J. A. Jacob, président de l'Union des Commiss Marchands de Montréal, M. C. A. Caron, président de l'Association de Québec et M. J. Hamel, vice-président de la même Association.

Les excursionnistes traversèrent le St-Laurent pour se rendre à Lévis vers dix heures et arrivèrent à Montréal par chemin de fer le lendemain matin.

Le succès de cette excursion revient aux officiers de l'Union des Commiss Marchands, MM. J. A. Jacob, président; J. Matte, premier vice-président; J. O. Labrecque, deuxième vice-président; L. J. Prud'homme, secrétaire; J. C. Laverdure, trésorier; L. C. Langevin, secrétaire financier; J. A. Laporte et E. R. Beaudry, commissaires. M. W. U. Boivin représentait l'Association des Marchands de Nouveautés de Montréal; M. J. W. Rice, la Société pour la fermeture de bonne heure, et M. St-Germain, l'Association des Voyageurs de Commerce.

Gain de \$500,000

M. W. D. Long, la succession John Crerar et M. P. D. Crerar ont fait, dit-on, un gain d'un demi-million de dollars par la vente de la Penman Manufacturing Company, de Paris, Canada. Ils étaient de forts actionnaires de cette compagnie, dont le contrôle a été acheté par des capitalistes anglais.

Une nouveauté, convenable pour rideaux de fenêtre ou de porte, consiste en un net pesant, garni de tresse Arabe, simulant les glaces, en forme de losange, de petites fenêtrures. Les bords sont finis avec de la tresse Battemberg employée sous forme de demi-losanges.

« Marchandises Sèches »

COMME D'HABITUDE, nous avons un splendide assortiment de toutes les Lignes de Saison. Chaque Département de notre **Magasin** est équipé magnifiquement pour faire face aux demandes du

Commerce d'Automne et d'Hiver.

Remarquez ce que nos voyageurs ont à vous offrir en :

Cotonnades, Tissus Lavables, Bimbeloterie, Etoffes à Robes, Soieries, Tapis et Fournitures de Maison, Articles pour Hommes, Lainages et Garnitures pour Tailleurs, Articles de Tablettes, Vêtements Confectionnés.

Nous pouvons exécuter les ordres promptement.

GREENSHIELDS LIMITED

MONTREAL.

GREENSHIELDS WESTERN LIMITED
Winnipeg, Man.

GREENSHIELDS & CO. LIMITED
Vancouver, C. A.



Sadie—Elegant Turban Ready-to-Wear. Bord en ruban festonné, avec deux plumes, couteau et rosette. Noeuds en velours en arrière.

Création de

The D. McCall Co., Ltd.



ATLANTIC—Style 125. Chapeau Ready-to-Wear. Deux Tons, très élégant. Passo supérieure et calotte en Velours Panne, et passe inférieure en Satin.

Création de

The D. McCall Company, Limited.



ETTRICK—Chapeau Ready-to-Wear de bon sens. Garni de velours et de doubles rosettes. Nuances: Noir, Brun, Bleu marin, Myrte.

Création de

The D. McCall Company, Limited.

**Vous trouverez très peu de
Marchandises.**

KINGCOT

**dans les ventes qui "pré-
cèdent les inventaires." . .**

C'est parce que le public qui connaît les valeurs achète les Cotonnades **Kingcot** sans être tenté par une vente d'occasion. Beaucoup de bons magasins ont établi un fort commerce d'Etoffes à Robes sur une base **Kingcot**.

— **Nouveaux Tissus,**
— **Nouveaux Modèles,**
— **Nouvelles Couleurs,**
— **mais la même et
ancienne**

QUALITE KINGCOT

qui ne change pas.

=====

**DEMANDEZ AU PREMIER VOYAGEUR
VENANT D'UNE BONNE MAISON.**

=====

**Voici la Ligne
KINGCOT
Pour 1907**

Ginghams
Saxonys
Flanellettes
Shirthings
Oxfords

Denims
Cotonnades
Etoffes à Robes
Tissus pour Tabliers
Domets

Galateas
Cotons à Matelas
Tissus pour Tentes

=====

PARDESSUS EN CRAVENETTE

[Figures 659-660.]

L'étoffe représentée est un drap Covert Oxford Cravenette.

Le pardessus est exagéré sur la poitrine et, en arrière, tombe flottant des épaules jusqu'en bas. Sa longueur totale est de 48 pouces pour un homme de stature moyenne—cinq pieds, huit pouces; en arrière est une fente de 20 pouces. Les épaules ont une largeur et un fini naturels. La gorge est de profondeur moyenne. Les revers mesurent 1½ pouce à l'entaille et 9 pouces jusqu'au premier bouton. Le collet mesure 1½ pouce à l'entaille et ¼ pouce de plus en arrière. Les bords sont à double piqûre de ¾ pouce, et les coutures sont unies. Les poches ont des pattes qui peuvent rester à l'extérieur ou être rentrées intérieurement. Les manches sont finies par un parement retourné de 2½ pouces.

PARDESSUS FROCK A UN RANG DE BOUTONS

Un pardessus très populaire sera le Frock à un rang de boutons représenté par la figure 657.

Ce pardessus, de même que le pardessus frock croisé est exagéré sur la poitrine, très ajusté à la taille et a une jupe amplement flottante. Les longueurs sont de 19½ pouces jusqu'à la taille et de 50 pouces jusqu'en bas pour un homme de stature moyenne—cinq pieds, huit pouces. La taille est assez rentrée en avant. Les revers mesurent 1½ pouce à l'entaille et 9 pouces jusqu'au premier bouton. Le collet mesure 1½ pouce à l'entaille et est plus large de ¼ pouce en arrière. Les bords sont à double piqûre de ¾ pouce et les coutures sont à surjet et piquées pour s'assortir aux bords. Les plis sont repassés. Les manches sont finies par un parement cousu. Le devant est fini par une patte. L'étoffe représentée est un Cheviot pour pardessus.

PARDESSUS "TOP COAT"

Le pardessus "Top Coat", sera, comme d'habitude, en évidence pendant l'automne. Comme le représente la figure 661, il sera souvent fait d'un drap covert de fantaisie.

Le pardessus est bien exagéré sur la poitrine. Le dos est légèrement ajusté, mais tombe lâche des épaules jusqu'en bas. La longueur est de 35 pouces et les fentes des côtés ont 9 pouces. Les épaules sont de largeur naturel et taillées en effet militaire. La gorge est de profondeur moyenne. Les revers mesurent 1 5-8 pouce à l'entaille et 9 pouces jusqu'au premier bouton. Le collet mesure 1 3-8 pouce à l'entaille et 1-4 pouce de plus en arrière. Les bords sont à

double piqûre de 1-4 pouce, et les coutures sont à surjet et piquées pour s'assortir aux bords. La poche de poitrine est finie par un "velt". Les poches inférieures ont des pattes qui peuvent être rentrées ou laissées à l'extérieur. Les manches sont finies par une fente ouverte.

PALETOT "FROCK" CROISE

Figures 664 et 665.

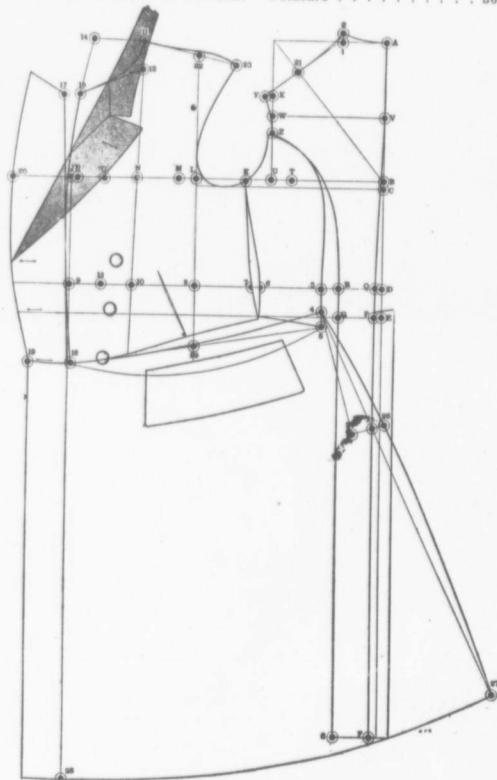
Le paletôt est assez exagéré sur la poitrine et a une longueur de 19 1-2 pes jusqu'à la ceinture et une longueur totale de 50 pouces pour un homme de stature moyenne [5 pieds, 8 pouces]. Les épaules ont une largeur naturelle et un effet militaire. Les coutures de côté sont

pouce à l'entaille et 1-4 pouce de plus en arrière.

La jupe est amplement flottante dans le bas. Les pattes de poches sont placées à environ 2 pouces au-dessous de la ceinture de la taille. Les plis sont repassés, les bords sont à piqûre invisible. Les manches sont finies par un parement retourné de 3 pouces et par 3 boutons.

Les mesures sont les suivantes:

Mesure à l'aisselle	9 3-4 pes.
Longueur à la taille	17 1-2 "
Ceinture de façon	19 1-2 "
Longueur totale	48 "
1ère mesure d'épaule	13 "
2e mesure d'épaule	18 3-8 "
Omoplate avec "allowance"	13 1-2 "
Poitrine	40 "
Ceinture	36 "



bien arrondies sur l'omoplate. La largeur du dos entre les plis est de 5 1-2 pouces, le vêtement fini. La gorge est assez profonde. Les revers sont doublés de drap. Ils mesurent 2 3-4 pouces à la taille, 4 pouces sur la poitrine et 2 3-4 pouces à la pointe. Le collet mesure 1½

Les mesures sont prises pardessus le gilet; par conséquent, il faut ajouter: 2 pouces aux mesures de poitrine, de ceinture et de hanche, 3-4 pouce aux mesures d'aisselle et d'omoplate, 1 pouce à la première mesure d'épaule et 1 1-2 pouce à la deuxième mesure d'épaule.

AU COMMERCEAOÛT, 1906

Ce que nous avons fait depuis le 1er Janvier 1906—nous avons augmenté nos affaires considérablement.

Ce que nous faisons—nous recevons de nouvelles expéditions journallement et exécutons les ordres avec toute la célérité possible.

Ce que nous ferons— nous rendrons les attractions de nos magasins de plus en plus grandes avec le temps.

Nous désirons que tout Marchand et Acheteur de nouveautés en général, de fournitures pour hommes, de mercerie, de tapis, de fournitures de maison, de lainages, de garnitures pour tailleurs et de confections, visite nos magasins, quand il sera à Toronto, et voie l'étendue de notre stock.

Si vous désirez acheter—voyez notre assortiment de styles, modèles, dessins du tout dernier genre et nos valeurs supérieures, avant de placer vos ordres.

Si vous désirez examiner notre stock—nous vous invitons à comparer nos marchandises avec toute autre sur le marché et nous vous assurons qu'il y aura toujours des vendeurs courtois à votre service.

Si vous désirez vous reposer—nous ferons avec plaisir tout ce qu'il est possible de faire pour rendre votre visite calme et confortable. Nous fournissons avec plaisir des renseignements concernant les horaires de chemins de fer ou notre intérêt mutuel.

Tout ce qu'il faut—pour écrire et expédier des lettres vous sera fourni pour votre commodité. Nous nous attendons, avec un plaisir anticipé, à voir beaucoup de nos clients et amis pendant la Grande Exposition Industrielle de Toronto.

John Macdonald & Co.

LIMITED

Rues Wellington
et Front Est

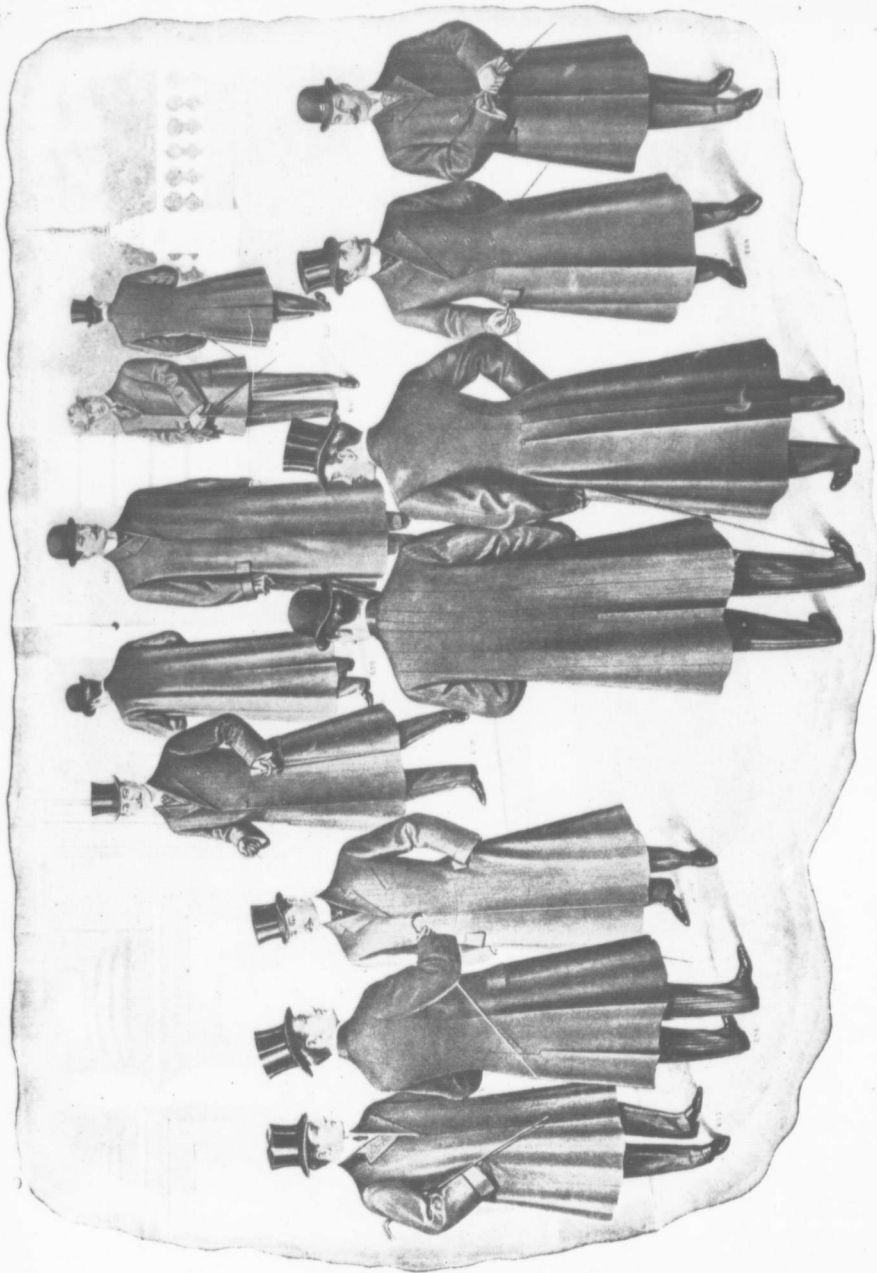
Toronto

REPRESENTANTS DANS LA PROVINCE DE QUEBEC:

N. J. O. TREMPÉ, 207 Rue St-Jacques, Montréal,

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

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



PROFITS !!

Dans tout commerce il se vend des articles sur lesquels le marchand ne fait aucun profit. Une fois qu'il a déduit de son prix de vente le pourcentage des frais généraux, le marchand s'aperçoit qu'il a travaillé sans profit, c'est-à-dire à perte.

Avec les articles que nous vous vendrons, vous ne craignez pas de perdre, vous ferez mieux que d'échanger votre argent, car rien ne paie mieux que les

ARTICLES DE FANTAISIE

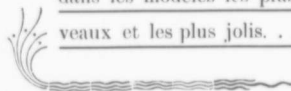
Ce sont à vrai dire les seuls articles qui rapportent de bons profits.

Avez-vous donné assez d'attention dans votre magasin au département de tous ces menus articles qui paient mieux que toutes les autres marchandises ?

Nous faisons une **Spécialité** de tous les **Articles de Fantaisie pour Dames**, tels que :

Peignes de Fantaisie,
Épingles à cheveux,
Ceintures, Sacs à main,
Portefeuilles, etc., etc.

Notre assortiment est complet
 dans les modèles les plus nou-
 veaux et les plus jolis.



NOS PRIX SONT CORRECTS.

Venez nous voir ou écrivez-nous pour Marchandises de Tablettes et Articles de Fantaisie de toute sorte et nous vous aiderons à réaliser des

PROFITS !!

J. D. BRODEUR

Importateur en Gros

No 123, BATISSE CORISTINE

MONTREAL.

TEL. BELL
 MAIN 5590

TEL. des MARCHANDS
 511

Tirez à angle droit les lignes A-F et A-1.
De A à B, 10 1-2 pouces.
De B à C, 3-4 pouce.
De A à D, 17 1-2 pouces.
De A à E, 19 1-2 pouces.
De A à F, 48 pouces.
Aux points B, C, D, E, F, tirez des perpendiculaires à la ligne A-F.

De B à G, 21 1-2 pouces.
De G à H, 2 pouces.
De H à J, 1-2 pouce.
Abaissez la perpendiculaire J-9.
K est à mi-distance entre B et G.
De K à L, 3 1-2 pouces.
Abaissez la perpendiculaire L-8.

Appliquez la mesure d'omoplate plus 3-4 pouce, 14 1-4 pouces, de B à L et élevez la perpendiculaire.

T est à mi-distance entre B et L.

Elevez la perpendiculaire U-X.

De C à V, 1-4 de la mesure de poitrine 43.

Menez la perpendiculaire V-W.

De M à X, 1 1-2 pouce.

De W à Z, 1 1-4 pouce.

De X à Y, 1-2 pouce.

De A à 1, 1-8 de la mesure de poitrine 43, plus 3-4 pouce.

De 1 à 2, 5-8 pouce.

Tirez la ligne 1-Y.

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

Tirez la ligne V-O et abaissez la perpendiculaire.

De P à Q, 1-8 de la mesure de poitrine 43, plus 1-4 pouce.

Abaissez la perpendiculaire Q-P et formez le dos.

De R à 3, 1 1-4 pouce.

Abaissez la perpendiculaire 3-5.

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

6 est à mi-distance entre 3 et 5.

Tirez la ligne K-6.

Formez le côté du corps en le réduisant de 1-4 pouce à Z et de la même quantité à la ligne de poitrine.

De L à M, 1 1-4 pouce.

N est à mi-distance entre L et H.

De 8 à 9, moitié de la ceinture, 39.

10 est à mi-distance entre 8 et 9.

Tirez la ligne 10-N-11.

Appliquez la première mesure d'épaule, plus 1 pouce, 14 pouces, de A à 2 et de M à 11.

Appliquez la deuxième mesure d'épaule, plus 1 1-2 pouce, 19 7-8 pouces, de B à 21 et de M à 22.

Tirez la ligne 11-22-23.

De 11 à 23, 1-4 pouce de moins que de 2 à Y.

Formez l'épaule et l'entournure du bras. Menez la perpendiculaire 11-14.

De 11 à 14, 1-6 de la poitrine plus 1-2 pouce.

De 11 à 12, 1-12 de la poitrine, plus 1-4 pouce.

Tirez la ligne 12-15 et formez la gorge. De 9 à 13, 2 pouces.

Appliquez la mesure de ceinture, 19 1-2 pouces, de 6 à 3, de R à O et de 13 à 7 et formez le côté du devant.

De 5 à 18, décrivez une courbe ayant son centre à un point situé à 3-4 pouce en arrière de 11.

Tirez une ligne droite pour le revers, parallèle au bord du devant et jusqu'au point 17.

De 18 à 19, décrivez une courbe ayant 17 pour centre.

La largeur des revers est de 3 pouces au point 19, de 4 pouces, au point 20 et de 2 3-4 pouces au point 17.

Formez le revers et le bas du devant.

La Jupe

Joignez par une ligne droite les deux extrémités de la courbe 5-18, de manière à obtenir le point 29.

De 5 à 4, 1 pouce.

Tirez la ligne 29-4 et abaissez la perpendiculaire 4-29 dont la longueur est de 9 pouces.

De 24 à 25, 1 1-2 pouce.

Tirez la ligne 4-25-27.

De 4 à 27, 1-4 pouce de plus que de Q, à P.

Aux points 18 et 19, abaissez des perpendiculaires.

De 18 à 28, même distance que de 4 à 27.

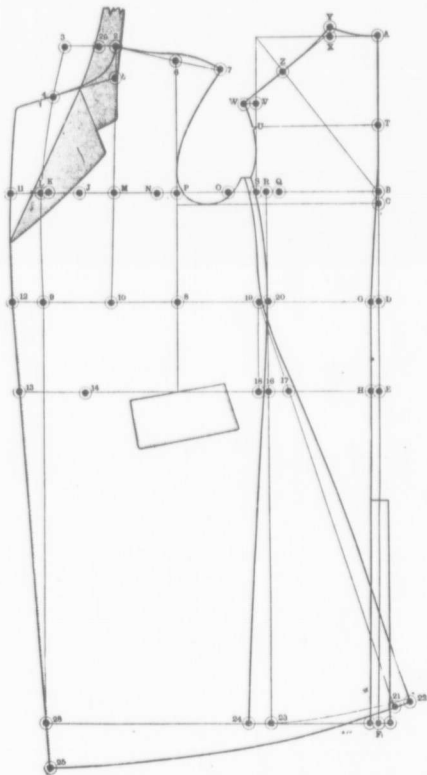
Du bord du devant, menez une perpendiculaire jusqu'au point 28 et formez le bord de la jupe.

Finissez la jupe en l'arrondissant de 3-4 pouce de 25 à 26.

PARDESSUS CHESTERFIELD

Le Chesterfield, sans contredit le pardessus le plus confortable qui ait jamais été fait pour un gentleman, qui convient

sur les hanches. Sa longueur est de 44 pouces pour un homme de stature moyenne—cinq pieds, huit pouces,—avec une fente dans le milieu de 18 pouces. Les épaules de largeur naturelle ont un effet



dans tous les cas possibles, est représenté par les figures 656 et 666. L'étoffe est du Thibet noir.

Le pardessus est bien exagéré sur la poitrine, dessine la taille et flotte amples

militaire. La gorge a une bonne profondeur. Les revers sont doublés de soie jusqu'au bord et mesurent 1 1/2 pouce à l'entaille et 9 pouces jusqu'au premier bouton. Le collet mesure 1 3/8 pouce à

DEBENHAMS (CANADA) LIMITED

(DEBENHAM, CALDECOTT & CO.)

MODES

Notre Exhibition de

CHAPEAUX MODELES FRANCAIS

(Nos Chapeaux Garnis sont Tous Importés)

et

NOUVEAUTES

Aura lieu a Montréal le

LUNDI, 3 SEPTEMBRE

et les jours suivants.

A Québec et a Ottawa, la Semaine suivante.

Les acheteurs de la
première heure trou-
veront notre stock
étalé

Notre Salle de Copie
s'ouvre

LE

LUNDI,

13 AOUT

Nous offrirons un splendide assortiment de

**CHAPEAUX en CHENILLE, en FOURRURE et en
PLUMES, AILES, PLUMES COUTEAUX,
PLUMES DE FANTAISIE, RUBANS,
VELOURS, ROSÈS, ETC.**

La Maison pour les Marques Standard de **RUBANS** et de **SOIERIES**

QUEBEC

43½, rue St-Joseph,

HALIFAX

70, rue Granville,

OTTAWA

111, rue Sparks.

18, rue Ste-Hélène

MONTREAL.

l'entaille et 1½ pouce en arrière. Les poches ont des pattes qui peuvent être rentrées ou laissées en dehors. Les bords ont un simple plastron et les coutures sont unies. Les manches sont finies par un parement limité.

Les mesures sont prises sur le gilet comme pour un veston:

Mesure à l'aisselle.	9 1-2 pes.
Longueur à la taille.	17 1-2 "
Longueur totale.	46 "
1re mesure d'épaule.	12 1-2 "
2e mesure d'épaule.	17 1-2 "
Omoplate avec "allowance"	13 "
Poitrine	38 "
Ceinture	34 "
Hanches	39 "

Ajoutez: 3 pouces à la mesure de poitrine, de la ceinture et des hanches; 3-4 pouce à la mesure à l'aisselle et à celle d'omoplate; 1 pouce à la première mesure d'épaule et 1½ pouce à la deuxième mesure d'épaule.

Tirez à angle droit les lignes AF et AX.

De A à B, 10½ pouces.

De B à C, 1 pouce.

De A à D, 17 1-2 pouces.

De D à E, 6 pouces.

De A à F, 46 pouces.

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

De B à J, 20 1-2 pouces.

De J à K, 2 pouces.

De K à L, 1-2 pouce.

O est à mi-distance entre B et J.

De O à P, 3 1-2 pouces.

Abaissez la perpendiculaire O-S.

Appliquez la mesure d'omoplate plus 3-4 pouce, 13 3-4 pouces de B à P et élevez la perpendiculaire.

Q est à mi-distance entre B et P.

De Q à S, 1 1-2 pouce.

En S, élevez la perpendiculaire.

R est à mi-distance entre Q et S.

Abaissez la perpendiculaire R-23

De 23 à 24, 1 1-2 pouce.

De D à G, 1-2 pouce.

Tirez la ligne BG et abaissez la perpendiculaire.

De C à T, 1-4 de la mesure de poitrine, 41.

Tirez la perpendiculaire TU.

De U à V, 1-2 pouce.

De V à W, 1-2 pouce.

De W à X, 1-8 de la mesure de poitrine 41, plus 3-4 pouce.

De X à Y, 5-8 pouce.

Tirez la ligne XW et formez le dos.

M est à mi-distance entre P et K.

De 8 à 9, moitié de la mesure de ceinture 37.

Abaissez la perpendiculaire 9-28.

10 est à mi-distance entre 8 et 9.

Tirez la ligne 10-M-2.

De P à N, 1½ pouce.

Appliquez la première mesure d'épaule plus 1 pouce, 13 1-2 pouces, de A à Y et de N à Z.

Appliquez la deuxième mesure d'épaule plus 1 1-2 pouce, 19 pouces, de B à Z et N.

Tirez la ligne 2-6-7.

De 2 à 7, 1-4 pouce de moins que de Y à W.

Formez l'épaule et l'entournure du bras. Tirez la perpendiculaire 2-3.

De 2 à 3, 1-6 de la mesure de poitrine 41.

De 3 à 4, même distance.

De 2 à 5, 1-12 de la mesure de poitrine 41, plus 1-4 pouce.

De 5 menez une ligne passant par 4 et formez la gorge.

De L à 11, 2 pouces.

De 9 à 12, même distance.

Formez le bord du devant par 11 et 12 en descendant par 28 jusqu'à 25.

De 28 à 25, 1-6 de la mesure de poitrine. De 13 à 14, 4 1-2 pouces.

Appliquez la mesure de hanches, 21 pce, de 16 à H, et de 14 à 17.

De 17 à 18, 2 pouces.

Élevez la perpendiculaire 18-19.

Tirez la ligne 19-17-21.

De 21 à 22, 1 1-2 pouce.

Formez le côté du devant en réduisant de 1-2 pouce en S.

De 24 à 22, décrivez une courbe ayant S pour centre.

Formez le bas du devant de 22 à 25, et finissez tel que représenté.

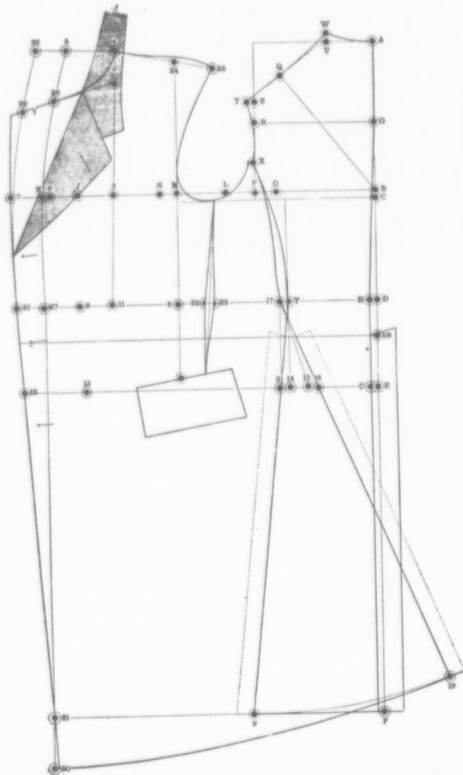
PALETOT FRANCAIS

Figures 658-662

La vogue du paletot français, introduit pour la première fois par "American Gentleman" et immédiatement adopté

il dessine la taille et a une jupe flottante.

Les longueurs sont 20 1-2 pouces jusqu'à la ceinture et 46 pouces jusqu'en bas, pour un homme de stature moyenne [5 pieds, 8 pouces]. Les épaules sont de



par les meilleurs tailleurs, continue toujours, et avec ses dernières modifications, c'est un des vêtements les plus chics que l'on puisse trouver.

Le paletot est exagéré sur la poitrine,

largeur moyenne et ont un effet militaire. Les coutures latérales ne sont qu'à peine arrondies sur l'omoplate. La largeur du dos en bas est d'un quart de la mesure de poitrine, plus 1-2 pouce.

Les Différents Genres

Sont bien représentés dans notre Collection d'Automne, tant en Marchandises Canadiennes qu'Européennes. La question de savoir

QUOI ACHETER ?

sera vite résolue en faisant l'inspection de nos échantillons.

Le stock est maintenant prêt pour la livraison. Nous vous suggérons les lignes suivantes : **Worsted Suitings, Melton, Drap Vénitien, Drap Amazone, Serges, Plaid, Tweeds de Fantaisie, Etoffes à Manteaux en Tweed carreauté de fantaisie, Cravenette.** Ce sont les tissus en vogue pour la saison qui s'approche et nous les avons dans toutes les plus nouvelles nuances.

Les Velours seront aussi en grande faveur pour Costumes de Dames et Manteaux d'Enfants. Voyez la collection que nous exhibons et les prix que nous citons

Les prix seuls ne sont pas un argument. Les acheteurs attentifs considèrent d'abord la qualité

Examinez notre collection complète de Marchandises d'Automne et d'Hiver, avant de clore vos achats et vous serez inclinés à nous favoriser de vos commandes, qui recevront toute notre bienveillante attention

A. RACINE & CIE

340-342, rue St-Paul, Montréal

Bureau à Ottawa
111, rue Sparks

Bureau à Québec
70, rue St-Joseph.

Les revers mesurent 4 1-4 pouce à l'entaille et 10 pouces jusqu'au premier bouton. La gorge est assez profonde. Le collet mesure 1 3-8 pouce à l'entaille et 1 5-8 pouce en arrière. Les poches ont des pattes restant en dehors. Les bords sont à double piqûre de 3-8 pouce et les coutures sont unies. Les manches sont finies par un parement étroit. Les plis sont repassés. Le paletôt se boutonne au moyen de trois boutons.

L'étoffe représentée est un drap de fantaisie pour pardessus.

Les mesures sont les suivantes:

Mesure à l'aisselle	9 3-4 pes.
Ceinture naturelle	18 "
Ceinture de façon	20 "
Longueur totale	46 "
1ère mesure d'épaule	13 "
2e mesure d'épaule	18 1-4 "
Omoplate avec "allowance"	13 1-2 "
Poitrine	49 "
Ceinture	36 "
Hanches	41 "

Les mesures sont prises par-dessus le gilet, comme pour un veston.

Ajoutez 3 pouces aux mesures de poitrine, de ceinture et de hanches; 3-4 pes aux mesures d'aisselle et d'omoplate; 1 pouce à la première mesure d'épaule et 1-2 pouce à la deuxième mesure d'épaule. Menez à angle droit les lignes A-F, A-V.

De A à B, 19 1-2 pouces.

De B à C, 3-4 pouce.

De A à D, 18 pouces.

De D à E, 6 pouces.

De A à F, 46 pouces.

De D à 28, 2 pouces.

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

De B à J, 21 1-2 pouces.

De J à K, 2 pouces.

De 6 à K, 1-2 pouce.

L est à mi-distance entre B et J.

De B à M, 3 1-2 pouces.

Abaissez la perpendiculaire M-S.

Appliquez la mesure d'omoplate, plus 3-4 pouce, 14 1-4 pouces, de G à M et élevez la perpendiculaire.

D est à mi-distance entre B et M.

De O à P, 1 1-2 pouce.

Élevez la perpendiculaire P-S.

De C à G, 1-4 de la mesure de poitrine 43.

Tirez la perpendiculaire G-R.

De R à S, 1 1-2 pouce.

De S à T, 1-2 pouce.

X est à mi-distance entre P et R.

De A à V, 1-8 de la mesure de poitrine, 43, plus 3-4 pouce.

De V à W, 5-8 pouce.

Tirez la ligne V-T.

De D à H, 1-2 pouce.

Tirez la ligne G-H et abaissez la perpendiculaire.

De H à Y, 1-4 de la mesure de poitrine, plus 1-2 pouce.

Abaissez la perpendiculaire Y-14.

De 14 à 31, 5-8 pouce.

Tirez la ligne Y-31-2.

Formez le dos.

De M à N, 1 1-4 pouce.

3 est à mi-distance entre M et 6.

De 8 à 27, moitié de la mesure de ceinture, 59.

11 est à mi-distance entre 8 et 27.

Tirez la ligne 11-3-4.

Appliquez la première mesure d'épaule, plus 1 pouce, 14 pouces de A à W et de N à 4.

Appliquez la deuxième mesure d'épaule, plus 1 1-2 pouce, 19 3-4 pouces, de B à Q et de N à 24.

Tirez la ligne 4-24-25.

De 4 à 25, 1-4 pouce de moins que de W à T.

Formez l'épaule et l'entourure du bras. Menez la perpendiculaire 4-32.

De 4 à 5, 1-6 de la mesure de poitrine 43.

De 5 à 26, 1-6 de la mesure de poitrine 43, plus 1-4 pouce.

De 4 à 30, 1-12 de la mesure de poitrine, plus 1-4 pouce.

An point 30, menez une ligne passant par 26 et formez la gorge.

Abaissez la perpendiculaire 27-21.

De 21 à 20, 1-6 de la mesure de poitrine.

De K à 27, 2 pouces.

De 27 à 10, même mesure.

Formez le bord du devant au moyen d'une ligne passant par 10, 12 et 20.

De 12 à 13, 4 1-2 pouces.

De 10 à 9, même mesure.

Appliquez la mesure de hanches, plus 3 pouces, 22 pouces, de 14 à N et de 12 à 15.

De 15 à 31, 2 pouces.

Élevez la perpendiculaire 31-17.

De 15 à 16, 5-8 pouce.

Tirez les lignes 17-16-19.

Formez le côté du devant tel qu'indiqué.

De 2 à 19, décrivez une courbe ayant X pour centre.

Formez le bas du devant.

Appliquez la mesure de ceinture de G à X et de 9 à 17. Retranchez ce qui reste entre 22 et 23 et finissez tel que représenté.

PALETOT BOX

Le paletôt Box habillé et confortable, figures 655 et 653, a repris la place qui lui était due et promet d'être un des paletôts les plus populaires de la saison. Ce paletôt est assez exagéré sur la poitrine. Le dos est coupé ample à partir des épaules jusqu'en bas. La longueur est de 46 pouces pour un homme de stature moyenne—cinq pieds, huit pouces—la fente centrale, finie par un "step", à 26 pouces. Les épaules ont une largeur naturelle et un effet militaire. La gorge a une bonne profondeur. Les revers sont en pointe et mesurent 2 1-4 pouces à l'entaille et 10 pouces jusqu'au premier bouton. Le collet est recouvert de velours et mesure 1 1-2 pouce à l'entaille et 17 pouce en arrière. Les bords sont fins

par une ganse de velours et les coutures sont unies. Les poches ont des pattes qui peuvent être rentrées ou rester en dehors. Les manches sont finies par un parement retourné de 2 1-2 pouces.

L'étoffe représentée est un drap gris pour paletôt.

Les mesures sont les suivantes:

Mesure à l'aisselle	9 1-2 pes.
Longueur à la ceinture	17 "
Longueur totale	46 "
1ère mesure d'épaule	12 5-8 "
2e mesure d'épaule	17 3-4 "
Omoplate avec "allowance"	13 "
Poitrine	38 "
Ceinture	34 "

Ces mesures sont prises par-dessus le gilet; il faut ajouter: 3 pouces aux mesures de poitrine et de ceinture; 3-4 pouce aux mesures à l'aisselle et d'omoplate; 1 pouce à la première mesure d'épaule et 1 1-2 pouce à la deuxième mesure d'épaule.

Tirez à angle droit les lignes AE, AT.

De A à B, 19 1-4 pouces.

De B à C, 3-4 pouce.

De A à D, 17 pouces.

De A à E, 46 pouces.

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

De B à G, 20 1-2 pouces.

De G à H, 2 pouces.

De H à J, 1-2 pouce.

K est à mi-distance entre B et G.

De K à L, 3 1-2 pouces.

Abaissez la perpendiculaire L-2.

Appliquez la mesure d'omoplate, plus 3 pouce, 13 3-4 pouces, de B à L et élevez la perpendiculaire.

O est à mi-distance entre B et L.

De O à P, 1 1-2 pouce.

Élevez la perpendiculaire PR.

De C à F, 1-4 de la mesure de poitrine 41.

Menez la perpendiculaire F-Q.

De Q à R, 1 1-2 pouce.

De R à S, 1-2 pouce.

De A à T, 1-8 de la mesure de poitrine 41, plus 3-4 pouce.

De T à U, 5-8 pouce.

Tirez la ligne TS.

De L à M, 1 1-4 pouce.

N est à mi-distance entre L et H.

De 2 à 3, 1-2 de la mesure de ceinture 37.

Abaissez la perpendiculaire 3-13.

4 est à mi-distance entre 2 et 3.

Tirez la ligne 4-N-5.

Appliquez la 1ère mesure d'épaule plus 1 pouce, 13 5-8 pouces, de A à U et de N à 5.

Appliquez la 2e mesure d'épaule plus 1 1-2 pouce, 19 1-4 pouces, de B à 18 et de M à 6.

Tirez la ligne 5-6-7.

De 5 à 7, 1-4 pouce de moins que de U à S.

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

Tirez la perpendiculaire 5-8.



AVANTAGES PARTICULIERS

Des avantages particuliers dans les arrangements que nous avons faits pour nos achats nous permettent souvent de tenir nos clients sur un bon pied en temps difficile, comme en ce moment.

PAR EXEMPLE, malgré des prix avancés et un marché à la hausse, notre département des Etoffes à Robes, en raison de contrats antérieurs, est en mesure d'offrir toutes les lignes courantes aux anciens prix, ce qui veut dire des prix bien au-dessous des cotes actuelles.

Des ordres pour les lignes suivantes peuvent être expédiés immédiatement.

BROADCLOTHS CHIFFON
SERGES FRANCAISES
DRAPS TAFFETAS
DRAPS OTTOMANS
WEST OF ENGLANDS

VENITIENS
SEDANS
CHEVIOTS
GRANITES
PANAMAS

PEAU DE CANT
POPELINETTE
VELOUTINES
BATISTE
TISSUS A PAR JESSUS

Aussi Lainages et Cachemires S. W., Velours, Draps Satin, Crispines, Crêpe de Chine en Soie, Eoliennes en Soie, Ottomans en Soie, Tartans Clan, Etoffes à Costumes Nouveauté et Lignes pour Costumes du Soir, Etoffes Tweed pour Costumes et Pardessus.

NOIRS
 Grand Assortiment en
 Lignes Courantes et
 Nouveautés.

TISSUS POUR BLOUSES
 Bedfords Crème,
 Flanelles Opéra Crème,
 Flanelles Opéra Imprimées,
 Delaines Imprimées,
 Fantaisies Blanches,
 Fantaisies de Couleur,
 Albatross Brodé,

VELOURS
 Velours pour Costumes
 Chiffon,
 Velours à Côtes pour
 Costumes,
 Velours à Côtes
 Hollow Cut,
 Toutes les Teintes de Worrell.

ARTICLES BLANCS AUX ANCIENS PRIX

PROTEGEZ-VOUS POUR LE PRINTEMPS PROCHAIN!

Nos voyageurs sont maintenant en route avec les marchandises d'un stock bien assorti de lignes se vendant sûrement aux anciens prix, en fait de

Lawns Victoria,
 Lawns de Perse,
 Toiles de l'Inde,
 Mousselines Légères,
 Nansoucks,

Mousselines Chiffon, 48 pcs.,
 Batiste tissée à la main,
 Mousselines Suisses pour Robes,
 Mousselines de Lyon pour Robes,
 Mousselines Françaises pour Robes,

Organs Français,
 Broderies Suisses
 Mousselines Pointillées et
 Toiles.
 Madras Blanc de Fantaisie.

Aussi un vaste assortiment de Toiles Blanches pour Chemisettes et Costumes,

A MOINS QUE LES PRIX DE MANUFACTURE

Balance d'achats exceptionnellement forts faits dans diverses manufactures de Guingamps, pour Robes, Coutil pour Robes, Mousselines et Lawns pour Robes, Mousselines Leno, toutes les couleurs. Serviettes de table à prix inférieurs aux prix réguliers de manufacture.

DENTELLES, GARNITURES ET ARTICLES DE FANTAISIE

Assortiment complet de toutes les Marchandises les plus Nouvelles pour le Commerce d'Automne.

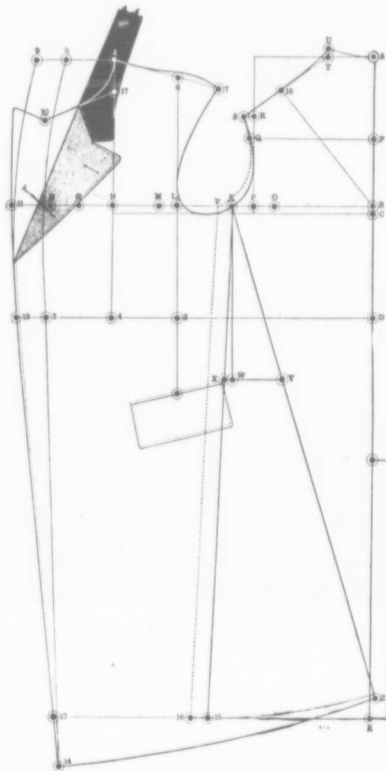
BROPHY CAINS, LIMITED

MONTREAL

NOUVEAUTÉS EN GROS.

PROMPTS EXPÉDITEURS.

De 5 à 8, 1-16 de la mesure de poitrine 41.
De 8 à 9, 2 pouces.
Tirez une ligne courbe de 8 à J.
De 8 à 10, 1-6 de la mesure de poitrine 41, plus 1-4 pouce.



De 5 à 7, 1-12 de la poitrine plus 1-4 pes.
Tirez la ligne 17-10 et formez la gorge.
De J à 11, 2 pouces.
De 3 à 12, même distance.
Formez le bord du devant par la ligne 11-12-13.
De 13 à 14, 1-6 de la poitrine.

De K à V, 1-1-4 pouce.
De 15 à 16, même distance.
Reformez la partie arrière en suivant la ligne pointillée.
De 16 à Z, décrivez une courbe ayant son centre en K et formez le bas du devant.

Greenshields Limited

Quoi qu'on soit plutôt entre deux saisons, il y a une grande activité dans les différents départements de la maison Greenshields Limited. Les expéditions d'automne ont été faites dans la plupart des lignes, mais il y a encore des ordres qui n'ont pas encore été exécutés. Les ordres de répétition ajoutent aussi à l'activité du magasin. Dans plus d'une ligne, ces ordres de répétition ont été très forts, cet automne.

Les rubans se vendent toujours en

K se trouve où l'entournure du bras croise la ligne de poitrine.
Abaissez la perpendiculaire KW, 12 pes.
De W à P, 3 1-2 pouces.
De W à X, 1-2 pouce.
Tirez les lignes KX-15 et KYS.

bonne demande. Les taffetas de couleur se vendent toujours bien. D'autres lignes courantes sont aussi en bonne demande.

Un des départements les plus occupés en ce moment, est celui où se trouvent les gants. Là, on expédie de nombreux ordres donnés tardivement et on exécute les nouveaux ordres pour livraison immédiate. Le marchand avisé, si son stock n'est pas complet, le complètera aussitôt que possible, car les marchands de gros n'ont pas en mains un stock trop fort. Les affaires portant sur les gants de meilleure qualité sont dignes d'une mention spéciale; elles sont particulièrement bonnes.

Un autre département dans lequel on remarque beaucoup d'activité est la section des tapis et fournitures de maison. M.M. Greenshields Limited viennent de recevoir une consignment de nouveaux dessins dans les carrés tapestry, dont les échantillons sont maintenant entre les mains de leurs voyageurs. Cette ligne est digne d'une attention spéciale et les marchands ne devraient pas manquer d'examiner les échantillons offerts maintenant au commerce. Bien que les prix, dans presque toutes les lignes de tapis, aient été avancés, M.M. Greenshields Limited ont pu s'assurer un stock spécial et fort, et par conséquent, prendre soin des ordres qui leur sont envoyés, de la manière la plus satisfaisante.

On peut obtenir des valeurs spéciales dans le vaste stock de crotonnes, mousselines d'art, tapis et draperies. Les départements qui ont été les plus dégarnis ont été réassortis avec les modèles les plus nouveaux. Une ligne d'échantillons est maintenant entre les mains des voyageurs et représente une nouvelle expédition de préliars et de linoléums que la maison a reçus récemment.

Les ordres pour les velveteens, velours de soie, corduroy, reçoivent une attention spéciale, car la maison a en mains un stock complet de cette ligne si populaire maintenant dans le commerce. Les taffetas noirs, dans les largeurs de 20 et 36 pouces, sont de fortes lignes de vente. Les taffetas de couleur sont dignes aussi d'être mentionnés, ils ont une très bonne demande. Dans certaines sections au commerce, une tendance se manifeste pour les satins noirs. Les velours en soie de couleur se vendront de 55 à 70 cents et ont un très bon commerce. La Compagnie a un assortiment complet de velours de soie noire, à partir de 55 cents jusqu'à \$1.50.

La doublure "Selfast" est une ligne très en faveur en ce moment. Comme cette doublure est un drap mercerisé qui remplace la soie, c'est un très bon article de vente, pour les classes du commerce désireuses d'obtenir une doublure économique. Les soies et les percalines Jap ont une demande continue. Ces lignes sont connues de tous dans le commerce des nouveautés, et par conséquent, il est inutile d'en parler davantage.

De très bonnes affaires de réassortiment se font en Indiennes, mousselines et lawns.

Les prix avancent toujours dans les toiles et, à cause des conditions existantes, ils monteront encore davantage. La tendance à la hausse se fait particulièrement sentir dans les articles blancs unis. Des ordres pour cette ligne devraient être placés de bonne heure, pendant que les prix sont plus favorables.

Les velours noirs sont très rares et pour être sûrs que leurs ordres seront remplis, les marchands devraient donner leurs commandes immédiatement.

bonnes quantités. Il y a deux lignes de tartans qui sont très populaires. Elles se vendent au commerce 17½ cents et 29 cents respectivement. De nombreux ordres sont reçus pour ces deux lignes, tant pour livraison immédiate que pour livraison future. Un très joli assortiment de rubans à rayures de couleur est offert. Ces rayures sont de toutes les couleurs et occupent une position ferme dans la faveur populaire. On demande 20 cents pour cette ligne. Les rubans faillette, largeurs No 50 à No 80, qui se vendent de 4½ cents à 24 cents, sont en

GEORGE D. HARPER & CO.

MODES EN GROS

Notre Ouverture des Modes
aura lieu

le Lundi 3 Septembre
et les jours suivants

Nous offrirons les nouveautés les plus récentes, du meilleur choix et de la toute dernière heure en fait de Chapeaux Modèles

Français, Anglais et Américains

et de Marchandises de toute description pour Modistes. Le commerce est cordialement invité à assister à cette ouverture.

Pour les acheteurs spéciaux de la première
heure, nous exposerons, le 21 et le 27 Août
un Assortiment Complet de Nouveautés.

George D. Harper & Co.

227, rue Notre-Dame, Ouest
MONTREAL

Téléphone Bell, Main 3855.

Chapeau-Modèle.—Sailor de la maison Pouyanne, Paris; importé par MM. Debenhams [Canada], Limited.



Ce chapeau forme Sailor français, calotte basse et ovale, bord court à l'avant, est complètement recouvert de velours couché garni de deux ailes formant bandeau. A l'arrière un noeud de rubans faillantine plissés, couleur bordeaux; le velours est couleur taupe.

Turban de la maison Mangin Maurice, Paris. Importé par MM. Debenhams [Canada], Limited.



Turban en velours couché noir, garni de rubans noirs en faillantine et de trois nigrettes en Marabout. Le velours est plissé.

Chapeau-Modèle de la maison Germaine, Paris. Importé par MM. Debenhams [Canada], Limited.



Chapeau de grandeur moyenne, bord court à l'avant et bord retroussé à l'arrière, en velours couché couleur mousse, garni d'un bandeau de rubans de forme rosette, en feuille de velours; de l'avant à l'arrière du chapeau, une grande plume d'autruche couleur mousse.

Toque de la maison Virot & Berthe, Paris. Importé par MM. Debenhams [Canada], Limited.



La toque est en velours bronze avec garniture de rubans écossais; sur le côté gauche deux ailes molles effet pendant et une barre en acier.

Chapeau Modèle.—Plaque en velours de la maison Germaine, Paris; importé par MM. Debenhams [Canada], Ltd.



Plaque en velours, bord du devant court, bord à l'arrière long; les bords recourbés à l'intérieur, garni d'une guirlande de roses graduées disposées autour des bords; deux plumes-couteau posées dans le centre.

Le velours est de nuance Bordeaux, les roses sont de même couleur mais nuancées; plumes-couteau couleur naturelle.

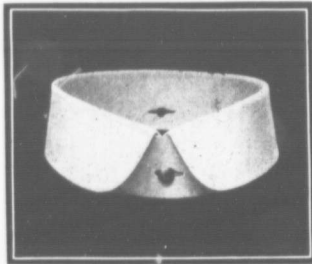
Chapeau-Modèle.—De la maison Pouyanne, Paris. Importé par MM. Debenhams [Canada], Limited.



Ce chapeau très habillé est en velours couché, couleur Dahlia foncé dont la calotte très bouffante est garnie d'une grosse rosette de rubans faillantine de deux nuances couleur Bordeaux; à l'arrière de la rosette on trouve une touffe de plusieurs Marabout nuance Dahlia.

Faux-Cols, Manchettes, Etc.,

EN CELLULOID



"VICTOR."

DEVANT, 1 1/2" - ARRIERE, 1 1/2"

ARTICLES DE HAUTE CLASSE.

TOUS LES DERNIERS
GENRES DE

FAUX-COLS, MANCHETTES, ETC.

"CAOUTCHOUC" (FINI TRES

BRILLANT ET MAT)

"ENTRE-DOUBLES"

(IMITATION DE TOILE)

ET "IMPERMEABLES."

The Miller Bros. Co.,
LIMITED.

**30-38 RUE DOWD,
MONTREAL.**

On trouve nos échantillons dans toutes les principales
Maisons de Nouveautés en Gros.

A. McDOUGALL & CO.,

Propriétaires enregistrés de la

Célebre Serge Tyke & Blenheim,

AINSI QUE DES

Serges Yotsman.

Les Meilleures Serges sur le Marche.

Lainages et Fournitures pour Tailleurs

Le plus grand Assortiment dans vos Lignes.

Nos quatorze voyageurs partiront bientôt avec
les échantillons pour le printemps 1907. Attendez-
les avant d'acheter.

DEMANDEZ NOS ECHANTILLONS.

196 Rue McGill, MONTREAL

Succursale: Angle des rues du Pont et St Joseph
ST-ROCH, Québec.

ARTICLES BRODÉS

DE TOUTES SORTES

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

Voiles de Ire Communion

Rideaux de Portes

Pardessus d'Oreillers

Doylies, Etc.

Lettrage, une Spécialité

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

THE
MONTREAL EMBROIDERY MFG. CO.
253, Rue Notre-Dame Ouest
MONTREAL



MM. S. F. McKinnon & Co., Ltd., de Montréal, nous disent que, d'après les apparences actuelles, la saison d'automne ne peut manquer d'être exécutée dans le commerce des modes, les commandes placées jusqu'à date ayant été des plus satisfaisantes.

La demande en fait de chapeaux à garnir a porté principalement sur les formes **flop** ainsi que sur les **sailors** avec une calotte relativement haute et la passe ou le bord étroit à l'arrière.

Les Ready-to-Wear sont de nouveau à la mode.

En fait de garnitures, les fleurs en velours, surtout les roses, seront très employées de même que les plumes d'autruche et les ailes.

Pour la confection et la garniture des chapeaux, on se servira d'une forte quantité de velours couché et panne.

Les nuances gris perle, rouge Bordeaux, blanche et bleu marin sont très recommandées.

D'après les apparences du moment tout semble indiquer que la saison d'automne sera excellente pour le commerce de gros des modes, au point de vue du chiffre d'affaires.

Mais ce n'est pas uniquement le chiffre que le commerçant a en vue; une chose lui importe bien davantage: ce sont les profits.

L'an dernier, tout s'annonçait bien au début de la saison d'automne; il s'était fait de fortes ventes avec profits, mais les profits ont disparu du jour où prenant peur, on s'est mis à sacrifier, presque à donner les chapeaux "Ready-to-Wear", ce qui est arrivé vers le 15 octobre.

Il est à espérer que, cette année, il ne se passera rien de semblable et qu'aucune maison ne se croira obligée de sacrifier quelque marchandise que ce soit.

Dans notre humble opinion, il serait facile d'éviter le renouvellement des errements anciens. Il suffirait d'acheter moins au début de la saison, alors que la mode n'est pas absolument fixée.

La mode est si changeante, si capricieuse, qu'il est rare qu'on puisse se charger de forts stocks dans une spécialité sans courir de gros risques. On avait cru l'an dernier que les chapeaux "Ready-to-Wear" seraient en grande vogue, mais comme, vers la fin de la saison, on s'apercevait que certains genres ne s'écoulaient pas, on a tranché dans le vif en les sacrifiant.

Les ventes à vil prix, nous en avons l'espoir, ne se renouvelleront cette année pour aucun article du commerce des modes.

M. Louis Decelles, de MM. D. McCall Co., Ltd., nous informe que les apparences pour le commerce d'automne sont très satisfaisantes.

Les formes de chapeaux parisiens sont plutôt petites, tandis que les modèles américains sont de grandeur moyenne.

Parmi les garnitures en vogue, on remarque les velours couchés, les bandeaux en chenille, les plumées en plumes d'autruche, ainsi que les roses en soie et en velours.

Les nuances principales sont le vin, le prune, le vert mousse et le bleu marin.

MM. Chaeyer & Orkin, nous disent que les apparences pour le commerce d'automne sont des plus favorables.

La demande porte en grande partie sur les velours, les rubans, les oiseaux, les ailes et les fleurs; on emploiera également une certaine quantité d'ornements en jais.

Les nuances qui paraissent avoir le plus de vogue sont jusqu'à présent les couleurs vin, le bleu Alice et le vert Empire.

La saison de l'automne prochain dans les modes sera surtout remarquable par la place prédominante prise par les velours et les feutres mous, nous dit M. George D. Harper, chef de la maison du même nom.

Il en résulte que l'on se servira d'une forte quantité de formes à garnir en bougran, ce qui indique une excellente saison pour les modistes.

Les garnitures principales sont les ailes, la blonde, les plumes de coq et les plumes d'autruche et généralement toutes les garnitures à effet pendant ou fortement recourbé.

La blonde dont on parle plus haut n'est autre chose qu'une garniture en plumes de d'inde qui remplace les plumes d'oiseaux de paradis surtout depuis que la Reine d'Angleterre et Mme Roosevelt ont résolu de ne plus porter de plumes d'oiseaux du Paradis.

En ce qui concerne les garnitures, il régnera une grande simplicité, les garnitures telles que les bandeaux en chenille ayant presque complètement disparu; en fait d'ornements, l'on voit çà et là quelques boucles en vieil argent, en acier et en jais.

Les roses en velours de dimensions grande et moyenne sont très recommandées; on les retrouve dans presque tous les chapeaux des grandes modistes de Paris et de New-York. On emploie également des feuillages en velours et enfin, dans quelques chapeaux très élégants, on remarque des grappes de raisin. Les garnitures sont disposées sur le côté du chapeau en allant de l'avant à l'arrière.

Quant aux formes de chapeaux, on recommande surtout les **Flops**, les capu-

chons, les capelines et enfin, dans les genres Ready-to-Wear, les sailors avec une calotte haute ayant la passe étroite à l'avant et assez prolongée à l'arrière.

Relativement aux nuances, les voici dans leur ordre: Noir, blanc, bordeaux, vert chasseur, bleu marin, brun, argent et quelques nuances genre champagne

M. J. O. Gareau, directeur-gérant de la E. T. Mfg. Co., Ltd., nous dit que les apparences pour le commerce d'automne sont des plus favorables. Les commandes reçues jusqu'à date sont le double de celles reçues pour le printemps.

Les modes de corsets d'automne sont sensiblement les mêmes que celles pour les corsets du printemps.

Les formes de chapeaux en feutre à garnir et affectant la forme Champignon seront très à la mode cet automne.

M. J. H. Palmer, acheteur européen de MM. Debenhams' [Canada] Ltd., de Montréal, nous donne les renseignements suivants au sujet des modes de l'automne prochain:

Les chapeaux pour la saison d'automne des grandes maisons parisiennes ont ceci de remarquable qu'ils sont ou très petits ou très grands; les bords ou la passe sont généralement très flexibles, de façon à pouvoir leur faire prendre les formes les plus diverses.

Les grands chapeaux sont plutôt du genre **Flop**, tandis que les petits sont en formes **Ballon** et **Cône** et la plupart du temps en feutre uni.

La garniture principale de ces chapeaux est le velours qui, d'après les apparences actuelles, aura une vente phénoménale cet automne.

Parmi les autres accessoires et garnitures, il convient de mentionner les ailes dans toutes les formes mais, généralement et de préférence, dans les prix élevés; il en est qui se vendent aussi cher que les plumes d'autruche.

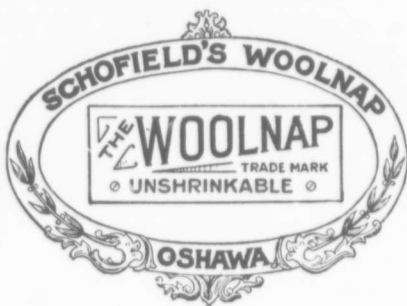
Les plumes-outeau nuancées sont également très à la mode ainsi que les plumes d'autruche à effet pendant; les plumes Ospreys ne semblent être portées que sur les tuques et les bonnettes.

Les roses en velours et en soie de toutes dimensions joueront un grand rôle dans la garniture des chapeaux d'automne.

Quant aux ornements, ils sont rares et consistent en quelques bandeaux en acier terni. Les nuances préférées sont les couleurs Bordeaux ou Vin, le vieux rose, le gris taupe, le vert empire et le vert mousse.

M. Palmer ajoute qu'il se portera également une certaine quantité de chapeaux Ready-to-Wear surtout de prix relativement élevé et dans la forme **Sailor**.

La demande continue à être très forte pour les formes de chapeau en chenille.



Les Sous-Vetements Woolnap Pour Hommes

sont faits au Canada. Encouragez les industries du pays et soyez sûrs ainsi que vos ordres seront exécutés sans délai.

Garantis ne pas rétrécir ; faits de

Pure Laine Forme Parfaite Fini Supérieur

TOUTES LES MAISONS DE GROS TIENNENT
LES SOUS-VETEMENTS WOOLNAP.



Parmi les garnitures à la mode pour l'automne, on remarque les galons de chenille avec insertions de dentelles. On recommande également les tulles et les chiffons mélangés au velours couché.

CHANGEMENT DE DATE

M. Louis Decelles, représentant, à Montréal, de la maison D. McCall & Co., Ltd., nous informe que, contrairement à l'annonce publiée d'autre part, cette maison fera son ouverture des modes d'automne le 27 août au lieu du 4 septembre.

D'autres maisons ayant décidé de faire leur ouverture le 27 août, la maison D. McCall & Co., Ltd., commencera également son exposition à la même date et la continuera les jours suivants.

MM. Chaleyev & Orkin, feront une ouverture des modes d'automne à Ottawa, le 10 septembre. Cette ouverture qui aura lieu dans les salles du Russell House, sera sous la direction de MM. R. Dionne et R. Mathieu.

M. Frank Labelle, représentant la maison S. F. McKinnon & Co., Ltd., est de retour à Montréal après un voyage de placement de spécialités d'articles de modes sur la Rive Nord du St-Laurent. M. Labelle a eu un succès tout particulier dans la vente des dentelles dont la maison S. F. McKinnon & Co a un assortiment splendide.

L'ouverture des modes d'automne de MM. S. F. McKinnon & Co., Ltd., de Montréal, aura lieu lundi le 3 septembre et les jours suivants. A cette occasion la maison fera une exposition remarquable de chapeaux-modèles français, américains et anglais et montrera toutes les dernières nouveautés en fait de garnitures de mode.

MM. D. McCall Co., Ltd., tiendront leurs ouvertures des modes d'automne à Montréal, au No 112 de la rue St-Pierre, sous la direction de M. Louis Decelles, le 27 août, ainsi que le 3 septembre. Ils ont importé à cet effet un très grand nombre de chapeaux modèles de Paris et de New-York.

L'ouverture des modes d'automne de la maison G. Goulding & Sons, aura lieu à Montréal, le 3 septembre et jours suivants au No 230, rue McGill, sous la direction de M. G. H. McAllan. On verra à cette exposition les derniers chapeaux modèles de Paris et de New-York, ainsi que les garnitures de modes les plus nouvelles, telles que velours, rubans, plumes d'autruche et de fantaisie, fleurs et ornements divers.

MM. Swift, Copland & Co., contrôlent au Canada, la marque **Royalty Hats**, les meilleurs chapeaux de feutre mous et durs fabriqués en Angleterre. Ces chapeaux réussissent à la fois les styles les plus approuvés et la meilleure qualité. Ils sont emballés de la façon la plus attrayante, trois dans chaque boîte.

Les voyageurs de MM. Swift, Copland & Co., partiront sur la route vers la première semaine de septembre, avec des lignes complètes de fourrures pour l'automne, de casques et de chapeaux de feutre.

Le commerce de la ville de Montréal sera visité par M. Aubin, tandis que MM. Lounson et McGregor feront le reste de la Province.

MM. Geo. D. Harper & Co. ont réuni, en vue des expositions des modes d'automne, une collection splendide de toutes les garnitures haute nouveauté pour le commerce de la saison prochaine; nous mentionnerons entre autres: les velours couchés, les plumes "Blondine", les plumes d'autruche, les ailes et toutes les dernières nouveautés en fait de rubans.

MM. Chaleyev & Orkin disposent d'un assortiment très complet de plumes d'autruche et de boas en plumes. Ces marchandises sont offertes à des prix très avantageux.

Nous avons remarqué chez MM. Geo. D. Harper & Co., les Ready-to-Wear dernier genre de New-York, le "Vesta Tilley", ainsi que tous les modèles les plus nouveaux des marchés américains et français.

Les voyageurs de MM. Debenhams [Canada] Ltd. partiront pour la prise des commandes d'automne aussitôt après les ouvertures d'automne.

MM. Chaleyev & Orkin, nous informent qu'ils ont l'intention de faire une première ouverture de modes en date du 27 août et, qu'à cette occasion, ils montreront les derniers genres de chapeaux d'automne ainsi que les garnitures les plus nouvelles.

Soies du Japon

Nous recommandons aux modistes de passage à Montréal, lors des ouvertures de modes d'automne, de visiter les salles de ventes de MM. Short, & Co., 219, Edifice du Board of Trade. Elles y trouveront un assortiment splendide de soieries du Japon, dans les largeurs de 20, 27 et 36 pouces, dans toutes les nuances et à des prix étonnants de bon marché.

Debenhams [Canada] Limited

L'ouverture des modes d'automne de MM. Debenhams [Canada], Ltd., qui aura lieu le 3 septembre, sera un des événements marquants dans l'histoire du commerce des modes au Canada. La maison qui a la réputation bien établie de ne montrer aux ouvertures que des chapeaux strictement importés et d'origine absolument garantie s'est surpassée cette année et il sera donné aux modistes qui visiteront cette exposition de voir les merveilles les plus splendides des grands modistes de Paris.

La E. T. Mfg. Co., Ltd. vient de lancer une ligne nouvelle de corsets portant le nom de la "Déesse". Ces corsets d'une qualité supérieure et d'une élégance supérieure sont offerts à des prix très réduits.

Les filateurs anglais qui visitent les Etats-Unis critiquent la faiblesse apparente des constructions où sont installées les filatures de ce pays, le placement de la machinerie la plus pesante aux étages supérieurs et celui de tous les métiers ailleurs qu'au rez-de-chaussée. Cette pratique est considérée comme contraire aux bons principes et à ce qui se fait d'habitude en Angleterre.



LA SITUATION

La situation générale dans le commerce de détail de Montréal d'après les rapports que nous recevons et des marchands de gros et des marchands de détail, nous paraît être excellente.

Les maisons de gros nous disent que les paiements ont été des plus réguliers et que, selon eux, la situation est bien meilleure qu'elle ne l'a été depuis 43 nombreuses années.

Les commandes placées pour l'automne ont été très nombreuses et le gros n'a pas hésité à livrer et même à solliciter des commandes d'une certaine importance, car très peu de comptes sont arriérés.

Il faut attribuer cet état de choses particulièrement satisfaisant à trois causes principales:

1° A la prospérité générale dont jouit tout le Canada;

2° La saison d'été, si chaude qu'elle ait été, a été excellente pour les marchands qui ont pu, grâce à une longue période de chaleur, vendre à bon prix leurs marchandises d'été.

3° A la disparition des timbres de commerce. Rien maintenant n'arrache aux marchands leurs profits et il nous semble qu'ils doivent une grande dette de reconnaissance aux hommes courageux et dévoués, à la tête desquels se trouvait M. J. O. Gareau, qui ont réussi à débarrasser le commerce de détail de ce mal qui, à la longue, aurait certainement consommé la ruine de tous les marchands-détailliers.

Nous remarquons avec une vive satisfaction qu'on ne parle pas cette année, comme on le fait d'habitude à cette saison, de faillites prochaines. On ne voit au eun point noir à l'horizon, et tout nous promet un automne et un hiver excellents au point de vue des affaires.

LA SITUATION DE L'INDUSTRIE TEXTILE A CHEMNITZ

Nous recevons d'Allemagne le rapport suivant sur la situation des grands manufacturiers de produits textiles à Chemnitz:

La situation à Chemnitz est en ce moment excessivement favorable; il n'y a pas de branche dans l'industrie textile où les commandes n'aient été placées en abondance. Les Chemnitz-Maschine-Manufactures sont en partie tellement encombrées d'ordres qu'elles sont abso-

CRAVENETTE DE PRIESTLEY



LA PLUIE GLISSE COMME L'EAU SUR LE DOS D'UN CANARD

IL EST ADMIS QUE C'EST LE MEILLEUR DRAP POUR LES VETEMENTS A L'EPREUVE DE LA PLUIE.

Il y a beaucoup d'imitations inférieures, mais le Marchand qui désire satisfaire ses clients insistera pour avoir l'article Véritable.

LA CRAVENETTE DE PRIESTLEY

est mise à l'épreuve de la pluie par un Procédé Secret, et on peut l'avoir dans toutes les nuances à la mode.

GREENSHIELDS LIMITED

GREENSHIELDS WESTERN LIMITED
Winnipeg, Man.

MONTREAL

GREENSHIELDS & CO., LIMITED
Vancouver, C. A.

lument incapables d'en accepter aucun nouveau, pour une longue période de temps; presque toutes les faisons ont reçu des commandes pour leurs spécialités, pour plus d'un an. Les demandes faites à l'industrie textile de Chemnitz sont excessivement fortes. Les plus anciennes manufactures même ne se souviennent pas d'avoir vu une prospérité pareille et l'époque actuelle ne peut pas être comparée à celle où le tarif McKinley menaçait de devenir loi et où on exportait aux Etats-Unis tout ce qui pouvait être prêt avant la mise en vigueur de ce tarif. Les manufacturiers ne savent pas comment faire pour servir leurs clients et sont dans une situation embarrassante parce que, dans bien des cas, le leur est absolument impossible d'accepter de nouveaux ordres. Ce n'est pas une situation agréable pour les manufacturiers, car, d'une part, ils ne sont que trop anxieux de conserver leurs relations avec leurs anciens clients et d'autre part, il ne leur sert de rien, et cela les mettrait dans l'embarras, d'accepter des commandes qu'ils ne voient pas la possibilité de remplir, tout au moins à l'époque fixée. Il y a trois mois, les acheteurs de bonneterie ne voulaient pas payer les prix les plus élevés et il était absolument impossible aux manufacturiers d'obtenir de meilleures cotes. Aujourd'hui, on paie n'importe quel prix pour un grand nombre d'articles, pourvu que les marchandises soient livrées dans un temps raisonnable. La plus grande excitation règne parmi les manufacturiers de gants, parce qu'ils ont à faire face aux demandes les plus fortes et qu'ils ne savent pas comment faire pour produire les marchandises. Tout le matériel qui existait en stock, soie, taffetas, ou tout autre tissu, a été coupé pour en faire des gants longs et a été vendu. Les acheteurs arrachent des mains des manufacturiers tout ce qui est prêt.

Beaucoup de manufacturiers ne savent pas comment faire leurs marchandises, ce qui est la chose la plus difficile, car il y a une grande rareté d'ouvriers expérimentés, spécialement les couturiers, et les salaires payés pour la couture et la piquure sont plus élevés que ceux qui aient jamais été payés au moment où l'industrie textile était la plus florissante.

Inutile de dire que la situation actuelle du marché des produits textiles, tels qu'ils sont fabriqués ici, n'a jamais été ce qu'elle est maintenant et quels que soient les journaux quotidiens que vous lisez, vous voyez de nombreuses annonces demandant des couturiers, des coupeurs et des ouvriers de toute sorte. Chaque journal contient des pages pleines de semblables annonces, ce qui indique que les affaires doivent être à leur maximum. Toutefois, ces annonces sont pour ainsi dire des essais désespérés de

la part des manufacturiers, car il y a très peu d'espoir pour eux de trouver des ouvriers par ce moyen. En tous cas, les ouvriers inexpérimentés sont inutiles aux manufacturiers et c'est aussi la raison pour laquelle de si nombreuses machines ne font rien, car il est impossible de trouver un nombre suffisant d'ouvriers pour les faire marcher et, s'il arrivait, pour une raison ou pour une autre, que d'anciens ouvriers quittent leur position, ils n'attendraient pas très longtemps pour trouver une nouvelle place. Partout où ils s'adressent, ils sont immédiatement reçus et obtiennent en toute probabilité un salaire bien meilleur que celui qu'ils avaient dans leur ancienne situation.

Les affaires sont bonnes en ce moment, et les manufacturiers peuvent être satisfaits de l'augmentation des prix; en réalité, il était temps qu'un changement eût lieu. Les affaires ont été actives sans interruption pendant les deux dernières années, mais les profits étaient très faibles; un petit nombre seulement de fabricants de spécialités, particulièrement d'articles de fantaisie, faisaient des profits meilleurs, mais la plus grande partie des maisons d'exportation devaient se contenter d'un profit très faible. S'il était possible de former un trust comme on en a fait dans d'autres parties du pays et dans d'autres commerces, pour forcer les manufacturiers à ne pas vendre dans certaines limites! Mais cela est absolument impossible ici. D'abord, les manufacturiers sont trop nombreux pour les réunir sous une même direction. Un bon nombre de maisons d'exportation obtiennent à crédit leurs marchandises des petits manufacturiers appelés "facteurs" parce que ces petits manufacturiers se sont établis grâce à ces maisons et continuent à être en relations personnelles avec elles. Les teinturiers et les apprêteurs offrent aussi de longs crédits et nombre de petites maisons, par des transactions judiciaires, reçoivent souvent leurs rentrées plus tôt qu'elles n'ont à faire des paiements à leurs fabricants. Jusqu'ici, ces petites maisons d'exportation vendaient fréquemment leurs marchandises avec 2 ou 3 p. c. de profit seulement, parce que si elles avaient voulu vendre au prix du marché, elles n'auraient pas obtenu de commandes et auraient ainsi ruiné le commerce des plus grandes maisons d'exportation qui manufacturent elles-mêmes. Ces petites maisons, bien entendu, peuvent faire leurs affaires de cette manière si le commerce est bon, mais elles ne peuvent pas si le commerce est dans la situation où il se trouve aujourd'hui. Les petits manufacturiers ou facteurs obtiennent tous les prix qu'ils demandent et au comptant, pour des marchandises prêtes à être livrées. Ceux qui ne peuvent pas payer comptant ne peuvent obtenir de li-

vraisons ou bien, ils doivent payer des prix si élevés qu'il est inutile d'en parler. Il en résulte que beaucoup de petits manufacturiers ne peuvent pas continuer la lutte contre les grandes maisons d'exportation et ainsi les affaires se font sur une base solide. La preuve en est que les acheteurs sont obligés de payer aujourd'hui les prix les plus élevés.

Il y a six mois, les acheteurs représentaient sous les plus sombres couleurs les perspectives d'affaires pour l'avenir, et les manufacturiers continuaient à hausser leurs prix au-delà des soi-disant limites. Ils avaient coutume d'effrayer les manufacturiers par la perspective que les manufacturiers américains, dans ce cas, s'empareraient de tout le commerce et que les exportations aux Etats-Unis se réduiraient à néant. C'est exactement le contraire qui est arrivé; chaque douzaine d'articles prête est vendue et de nombreux manufacturiers sont obligés de refuser des commandes parce qu'il leur est simplement impossible de produire les marchandises. Ce n'est pas seulement les prix très élevés du fil et les salaires exorbitants qui ont déterminé les prix de nos marchés, mais aussi la demande énorme. S'il y a une forte demande pour un certain article et un déficit dans la production, tout prix demandé est payé aussitôt afin d'obtenir les marchandises. Ceci ressort surtout du fait que les acheteurs paient 100 p. c. de plus pour les gants longs en soie. S'ils pouvaient s'en procurer ailleurs ou si leur argent ne leur rentrerait pas avec un fort profit, ils ne feraient pas cela.

Toutefois, il ne faut pas se figurer que c'est le manufacturier seul qui profite de l'augmentation des prix; il s'en faut de beaucoup. Les prix du fil ont augmenté et sont en hausse constante. Les manufacturiers ont à payer des salaires très élevés et dans bien des cas, à payer des prix supplémentaires pour faire faire leurs marchandises, de manière à faire plus vite leurs livraisons à leurs clients. Les acheteurs eux-mêmes se méfient des offres faites à bas prix et craignent de ne pas obtenir livraison des marchandises; cela se comprend assez bien parce que les manufacturiers qui offrent des prix bas sont incapables de faire plus tard les livraisons. Combien de temps durera le présent état de choses, personne ne peut le dire. Toutefois, tant qu'il n'y aura pas abondance d'ouvriers, on ne pourra pas s'attendre à un changement et même une récolte de coton de premier ordre et une réduction dans les prix du fil ne peuvent pas influencer le marché des produits textiles.

Si on désire représenter la situation en quelques mots, on n'a qu'à dire simplement qu'on ne peut plus obtenir de marchandises, soit en bonneterie, soit en gants et principalement en gants. Des stocks, il n'y en a pas. La production



A MODERN COLUSSUS

M. le MARCHAND—Les teintes d'automne pour les Cravates commencent à se montrer et quand nous vous prévenons que les "NUANCES VIN" seront parmi les principales, vous pouvez en être sûr; mais ce n'est plus comme dans l'ancien temps où deux ou au plus trois nuances de "ROUGE" étaient jugées suffisantes. Maintenant, nous partons de cette riche nuance foncée de "PORT" et nous passons tout droit par neuf nuances Vin différentes pour arriver au Chianti brillant, éclatant. Permettez-nous de vous suggérer l'idée d'un étalage de vitrine bien gradué, avec des cartes attrayantes que nous vous fournirons.

N'hésitez pas à mettre en stock les nuances Vin.

Votre dévoué,

705.

est vendue pour une longue période de temps et si d'autres commandes sont acceptées, elles le sont par des manufacturiers qui ont réservé une partie de leur production pour leurs anciens clients. Dans les gants longs pour l'été prochain, toute douzaine qui peut être produite est vendue, on ne peut se procurer nulle part des gants en soie d'un genre quelconque. L'anxiété pour obtenir des marchandises est si forte que quelques maisons proposent déjà leurs commandes pour l'hiver 1907 sur la base des marchandises qu'elles ont achetées pour l'hiver précédent. Elles essaient de pousser les manufacturiers à offrir des échantillons pour l'hiver prochain, ce que toutefois les manufacturiers doivent refuser et ne peuvent pas faire, parce que le risque qu'ils courent en répandant d'un matériel pour une époque si éloignée est très grand; les manufacturiers n'aiment pas s'engager dans cette spéculation dangereuse.

LA E. T. MFG. CO., LTD.

Il y a actuellement quarante-cinq maisons de détail dans le commerce des nouveautés qui sont actionnaires de la E. T. Mfg. Co., Ltd. Cette compagnie est, en vérité, ce qu'il y a de mieux en fait de compagnies mutuelles.

Le capital est de \$125,000 sur lesquels \$80,000 ont été souscrits et, ainsi que nous l'avons dit, par des marchands qui sont par conséquent intéressés à passer leurs ordres à la E. T. Mfg. Co.

Actuellement on peut compter sur un dividende de 6 1/2 p. c., mais les perspectives pour l'avenir sont beaucoup plus brillantes et tout fait prévoir des dividendes beaucoup plus considérables.

Parmi les directeurs, nous relevons des noms bien connus dans le commerce canadien, tels que ceux de MM. A. O. Myrin, J. O. Gareau, O. Lemire, Letendre, Normandin, Dubrulé, etc., etc.

La E. T. Mfg. Co. a actuellement 7 voyageurs qui placent ses produits dans tout le Canada et elle est représentée à Winnipeg et à Vancouver par MM. Greenshields.

M. R. E. Brock, gérant de la W. R. Brock Co., Ltd., de Montréal, nous avise que les affaires ont été très satisfaisantes pendant le mois de juillet. Les ventes ont été très fortes, aussi bien dans le commerce de détail que dans celui du gros. Les chaleurs très fortes que nous avons eues ayant eu pour effet d'activer les ventes.

Les marchandises carreautes, telles que les cotonnades, les soieries ont été très en demande pour les rassortiments.

En ce qui concerne les commandes pour l'automne, la demande a surtout porté sur les sous-vêtements, les articles

de fantaisie, tels que les mousselines suisses et les broderies suisses.

Les paiements sont très satisfaisants et l'on s'attend à avoir une excellente saison d'automne.

* * *

M. J. A. Racine, de MM. A. Racine et Cie, nous avise que les affaires sont toujours très actives. Il s'est expédié tout dernièrement, pour les besoins du commerce d'automne, de fortes quantités de sous-vêtements, d'étoffes à robes, de flanellettes, de couvertes, etc., etc. Les prix continuent à être très fermes et les paiements satisfaisants.

* * *

MM. Brophy, Cairns, Ltd., constatent une excellente demande pour toutes les marchandises courantes, telles que les flanellettes, et wrapperettes, les sous-vêtements et les étoffes à robes.

Les prix continuent à être très fermes et les paiements sont satisfaisants.

* * *

MM. Greenshields, Limited, nous avise que les apparences pour le commerce d'automne continuent à être excellentes.

En ce qui concerne les ordres pour l'hiver prochain, il y a une accalmie momentanée due à ce que la plupart des voyageurs de la maison sont actuellement en vacances.

Les paiements sont bons.

* * *

M. S. Harris, de MM. L. Hirshson, qui arrive d'Angleterre, nous dit que tous les marchés anglais dans la marchandise sèche sont fermes, sans exception aucune. Il est même très difficile de placer des commandes chez les manufacturiers qui éprouvent même de grandes difficultés à remplir leurs contrats.

* * *

M. J. H. Roch, de MM. Roch, Prévost et Cie, est tout fraîchement arrivé d'Europe après avoir passé deux mois sur les marchés britanniques des lainages, des toiles et des cotons. Voici, en substance, ce qu'il a bien voulu communiquer au représentant de "Tissus & Nouveautés".

Les manufacturiers de la Grande-Bretagne sont tous très occupés et reçoivent plus de commandes qu'ils n'en peuvent exécuter; cette remarque s'applique au marché des lainages aussi bien qu'à ceux des toiles et des cotons.

En ce qui concerne plus particulièrement le marché des lainages, les prix sont très élevés par suite de la faible production des laines brutes dans les dernières années et aussi parce qu'il y a maintenant pour les lainages une demande active du Japon et de la Chine dont les populations autrefois ne s'habillaient guère qu'avec des vêtements de coton. Pour ces raisons, les prix des lainages resteront fermes au moins jusqu'en mai 1907, même s'il survient une baisse dans les cours des laines brutes, car les manufacturiers ont des contrats en voie d'exécution qui les occuperont jusqu'à cette date.

La demande en lainages du printemps pour habillements pour hommes a principalement porté sur les tweeds de fantaisie ainsi que sur les serges bleues et noires.

On remarque également pour le printemps 1907 une forte augmentation dans la demande des tweeds façon homespun pour costumes de dame; ces tissus sont dans les genres de fantaisie et dans les nuances très claires.

Le marché anglais des cotonnades est des plus ferme par suite du manque presque complet de stocks de réserve.

Quant à la toile, elle est excessivement chère dans les centres manufacturiers de l'Irlande; il est des qualités que l'on ne peut acheter par suite de leurs prix élevés; les toiles de foin ou "grass-cloths" restent dans cette catégorie.

MM. L. Hirshson & Co., acheteurs et vendeurs de jobs, viennent de déménager au No 4, Dollard Lane, dans l'édifice faisant le coin de la rue Notre-Dame, en face de la rue Ste-Hélène.

Ces messieurs seront complètement installés à l'époque où paraîtra "Tissus & Nouveautés". Les marchands-détaillants trouveront chez eux les dernières nouveautés importées en fait de marchandises sèches pour le commerce d'automne et d'hiver.

M. J. D. Brodeur rapporte une bonne demande pour les articles de fantaisie tels que les peignes avec montures, les collets de fantaisie pour dames, les sacoches à main avec poignée à l'arrière, etc.

M. Brodeur a également toutes les lignes courantes en fait de boutons en soie, de rubans, de taffetas, de satins Duchesse et de dentelles valenciennes. Les salles de ventes de M. Brodeur sont situées au No 123 de la Bâtisse Corestine.

M. Jos. Rousseau, représentant MM. Brophy Cairns, Ltd., est de retour à Montréal, après avoir visité Québec et les principales villes de ce district. M. Rousseau repartira pour son territoire dans quelques jours avec un assortiment complet des dernières nouveautés pour le commerce du printemps.

Un journal commercial ayant une réelle influence est précieux pour les annonceurs, parce qu'il atteint les hommes quand ils pensent aux choses qui occupent la plus grande partie de leur temps — celles qui concernent le commerce où ils gagnent de l'argent. Il les atteint quand toutes leurs pensées sont concentrées sur leurs affaires; ce journal est donc considéré à juste titre comme une des formes les plus profitables de publicité.—[Printer's Ink.]



Au mois de Mai dernier, quatre grands magasins de Toronto avaient un fort stock de lignes Pen-Angle en pesanteurs d'Été.

En Juillet, les quatre magasins annonçaient largement des ventes de liquidation pour cause d'inventaire.

Notre homme chargé de la publicité inspecta les stocks de sous-vêtements des quatre magasins, quand ces ventes commencèrent.

Aucun des quatre n'avait une demi-douzaine de vêtements Pen-Angle à mettre dans la grande vente de Juillet !

MORALE : Le Public Sait ce qu'est la Valeur.

Le public qui fait affaires avec vous vous tiendra occupé par ses commandes de

SOUS-VÊTEMENTS IRRÉTRÉCISSABLES PEN-ANGLE

Ils se vendent d'abord parce que nous vous aidons à les vendre. Ils se vendent de nouveau et encore parce que la valeur est dans chaque vêtement qui porte cette marque.

Laissez n'importe quel voyageur d'une bonne maison vous montrer ces lignes.



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



M. W. T. Miller, président de MM. Miller Bros. Co., Ltd., rapporte une excellente demande pour les faux-cols en celluloïd. Le seul contretemps que l'on éprouve actuellement, c'est la difficulté de se procurer la main-d'œuvre nécessaire.

Les paiements sont satisfaisants.

* * *

M. W. M. Graham qui occupait une position importante dans le département des merceries pour hommes de la W. R. Brock Co., Ltd., de Montréal, ayant pris une position dans une maison de Toronto, a été remplacé par M. J. F. Burkee qui a été pendant plusieurs années également dans ce département.

* * *

M. A. F. Revol, de MM. Perrin Frères et Cie, qui est tout récemment revenu d'un voyage d'affaires en Europe, nous dit que, selon toutes les apparences, le marché de la ganterie de peau a atteint la limite des prix, c'est-à-dire que les prix pour les livraisons d'automne et du printemps 1907 n'augmenteront pas; les manufacturiers importants ont en magasin un stock suffisant de peaux pour répondre aux besoins de leur fabrication.

M. Revol nous dit également qu'il y a maintenant une quantité suffisante de gants longs pour suffire à la demande, mais que les prix en sont très fermes et ne changeront certainement pas avant une année. La demande inusitée qui s'est produite pour les gants de fil de soie ont eu pour effet d'empêcher d'autres avances de prix sur les gants de peau.

La situation des gants longs en fil et en soie est particulièrement intéressante; il paraîtrait qu'à l'heure actuelle il est impossible de placer des commandes pour ces articles. Les manufacturiers se bornent à protéger leurs clients de vieille date; tout ceci fait prévoir que ces gants seront exceptionnellement rares le printemps prochain. M. Revol ajoute que presque toutes les toffettes en Europe ont des manches courtes et que cette mode sera encore en faveur l'année prochaine.

* * *

MM. Short & Co. nous avisent que les affaires sont satisfaisantes. Il y a une bonne demande pour tous les articles de fantaisie du Japon, telles que les soieries, les paniers en osier, les brosses à dents, à habits, etc., etc.

Les prix sont très fermes surtout pour les soieries.

* * *

M. E. O. Barette, nous dit que, contrairement aux années précédentes, les

affaires n'ont pour ainsi dire pas ralenti pendant les mois de juillet et d'août. A part des demandes pour le rassortiment, les commandes pour l'automne sont excellentes et portent principalement sur les cravates Derby assez larges, confectionnées en Velours-Chiffon, en Popeline Jacquard, en soie Flora, en Popeline Ripple et ce dans les nuances rouges et couleurs vin.

MM. E. O. Barette et Cie nous disent qu'il est important de rappeler aux marchands de placer leurs commandes d'cravates et de bretelles pour l'automne de très bonne heure, vu que la demande est telle qu'il sera difficile de faire de promptes livraisons.

Victor

Dernier modèle de faux-col en celluloïd. Hauteur, devant 11-2 pouce; arrière, 11-4 pouce, fabriqué par The Miller Bros. Co., Ltd., de Montréal, d'après les styles américains les plus récents. En vente dans toutes les maisons de gros.

La vogue des bretelles **Bull Terrier** de la Dominion Suspender Co. s'annonce comme devant être très forte cet automne. Plusieurs de nos principaux merciers ont déjà exposé des vitrines entièrement garnies de ces bretelles. Nous citerons entre autres MM. Brennan Bros., rue Ste-Catherine; C. Vallée et Cie, rue Notre-Dame Ouest; M. R. A. Girard, rue St-Laurent; etc., etc. MM. E. O. Barette et Cie, Temple Building, Montréal, font des concessions spéciales en fait de matières d'annonce aux marchands qui voudraient décorer leurs vitrines avec les célèbres bretelles **Bull Terrier**.

Demandez cette liste des vins

M. E. O. Barette et Cie, les représentants de la Niagara Neckwear Co., Ltd., viennent de recevoir une collection complète de cravates en soie brodée dans la couleur "Rouge Bordeaux". La collection qui comprend 12 nuances diverses a été appelée avec beaucoup d'à propos la **liste des vins**.

M. E. O. Barette, représentant dans la Province de Québec, la Niagara Neckwear Co. et la Dominion Suspender Co., visite le commerce de Montréal avec l'assortiment pour l'automne.

M. Geo. Giroux, de MM. E. O. Barette et Cie, vient de partir pour un voyage dans la vallée de l'Ottawa, avec un assortiment complet de cravates et de bretelles pour la saison d'automne.

L'élastique a supplanté, jusqu'à un certain point, la ficelle et la corde dans les magasins; mais une des objections faites à l'emploi de l'élastique, c'est qu'il ne se prête pas, comme la ficelle de fantaisie, à la confection de paquets attrayants. Pour remédier à cette déficuosité, on a récemment mis sur le marché des élastiques de couleurs très artistiques, qui font un tout aussi bel effet que n'importe quelle ficelle de fantaisie. Ces élastiques sont de couleurs et de modèles variés; leur effet est obtenu en grande partie par des rayures de différentes couleurs.



M. O. Létourneau, de MM. A. McDougall & Co., nous dit que les affaires continuent à être satisfaisantes. Les grandes chaleurs ont eu pour effet d'augmenter les commandes de rassortiment. Les commandes pour l'automne sont également satisfaisantes.

D'après les dernières nouvelles du marché anglais, les prix sont excessivement fermes et sans aucune apparence de faiblesse prochaine. Les paiements sont considérés comme satisfaisants pour cette époque de l'année.

* * *

M. J. A. Bernier, de MM. C. X. Tranchemontagne et Cie, rapporte que la prise des commandes pour la saison d'automne a été des plus satisfaisantes et qu'actuellement on procède à la livraison des ordres.

Les voyageurs partiront incessamment pour prendre les ordres pour le printemps prochain. Les prix continuent à être très fermes et les paiements sont réguliers.

Les voyageurs de MM. A. McDougall & Co., partiront en tournées d'affaires vers le 1er septembre, avec un assortiment complet de lainages haute nouveauté pour le commerce du printemps. Nous recommandons l'examen attentif de leurs échantillons.

Nous ne saurions trop recommander aux Marchands-Tailleurs d'examiner avec soin les échantillons de lainages pour le printemps prochain qui leur seront présentés par les représentants de la maison C. X. Tranchemontagne et Cie. Ces échantillons représentant ce qu'il y a de plus nouveau sur les marchés anglais et écossais et ont été choisis personnellement par MM. C. X. Tranchemontagne et J. A. Bernier, les deux propriétaires de la firme, au cours de leur récent voyage en Europe.



M. W. R. Moreland, de la China & Japan Silk Co., nous dit que le marché japonais de la soierie est des plus fermes.

La demande pour les articles de fantaisie est satisfaisante et porte sur les objets en laque et en antimoine; les paniers de genres divers en osier se vendent également bien.

* * *

Un des acheteurs d'une maison de gros de Montréal qui revient d'Europe nous dit que, sur le marché de Londres, les soieries françaises sont presque complètement remplacées par les soieries italiennes venant de manufactures situées en Lombardie aux environs de Milan et du Lac de Côme.

Saison d'Automne

Nous avons tout ce qui est nécessaire pour le commerce de Nouveautés, et sommes en position d'exécuter, dans le plus court délai, toute commande qui nous serait confiée.

Spécialités :

Etoffes à Robes Etoffes à Manteaux
Sous-Vêtements pour Dames.

Articles pour Hommes :



Camisoles et Caleçons,
Chemises en Tricot,
Tweeds Ecosais, Français et Cana-
diens,
Draps,
Serges et Vicunas "SPHINX"
Beavers,
Meltons,
Friezes.

P. Garneau, Fils & Cie, Québec.

577 TEMPLE B'LD'G., MONTREAL.
165 CORDOVA ST. W., VANCOUVER.

Seuls Agents au Canada pour les SERGES et VICUNAS "SPHINX."

TOILES et COTONS

Les moulins de coton canadiens publient leurs prix pour le printemps prochain dans la première semaine de septembre. Il y aura sans nul doute des avances de prix, quoique les manufacturiers canadiens fassent tout leur possible pour vendre les lignes courantes à des prix abordables afin d'empêcher les maisons de gros de s'approvisionner en Europe.

Le marché anglais des cotonnades est des plus ferme, même après l'avance de 10 p. c. qui vient de se produire. D'après les apparences actuelles, il est très probable que les maisons de gros canadiennes placeront beaucoup de commandes en Europe, à cause des hauts prix qui règnent actuellement sur les marchés européens.

M. J. N. Duhamel, chef du département des toiles de MM. Greenshields, Limited, est arrivé d'Europe au commencement du mois d'août. M. Duhamel nous dit que les marchés européens des toiles sont des plus fermes et que sur plusieurs lignes même il y a de fortes tendances à la hausse.

AMEUBLEMENT

D'après les rapports des acheteurs européens des maisons canadiennes, il y a une avance sérieuse sur les tapis. L'avance varie de 7 1/2 à 25 p. c. On nous cite une ligne de tapis Tapestry vendue encore tout dernièrement à 28 1/2c. la verge, et pour laquelle on demande maintenant 35 cents par verge.

MM. Daly & Morin nous informent que les affaires pour l'automne sont particulièrement satisfaisantes, la demande ayant été beaucoup plus forte que d'habitude.

Les prix des blinds et des toiles à châssis sont des plus fermes par suite de la grande fermeté de toutes les matières premières.

MM. Geo. H. Hees, Son & Co. rapportent que les affaires sont excellentes; la demande pour l'automne porte en grande partie sur les rideaux en damas et sur ceux en net.

Les prix sont très fermes; et il y a même quelques augmentations sur certaines lignes de rideaux en damas.

Les paiements sont réguliers.

TISSUS ET NOUVEAUTES

MM. A. Racine et Cie offrent actuellement à des prix très avantageux, un splendide assortiment de cretonnes pour ameublements et de rideaux pour l'automne.

PERSONNEL

—M. Geo. L. Caina, de MM. Greenshields, Limited, qui est actuellement en Europe, sera de retour à Montréal vers le milieu du mois de septembre.

—M. J. P. Copland, de Swift, Copland & Co., Montréal, est de retour d'un voyage de deux mois en Angleterre et dans les marchés continentaux. M. Copland, satisfait de ce voyage bienfaisant pour sa santé, rapporte que les marchés des chapeaux sont très actifs à ce point que ceux des casquettes et des chapeaux de paille. Les avances marquées sur tous les matériaux à chapeaux n'ont pas affecté les commandes. Au sujet des genres de chapeaux durs pour l'automne, M. Copland considère que les formes ordinaires en noir tiendront la tête.

—M. A. McDougall, chef de l'importante maison de lainages du même nom, est tout dernièrement arrivé à Montréal, de retour d'un voyage en Europe.

—M. B. B. Cronin, vice-président de la W. R. Brock Company, est en Angleterre en ce moment.

—M. E. B. Greenshields, chef de la maison du même nom, passe une partie de la saison d'été à Cacoua.

—M. George Milligan, un des directeurs de Debenham & Company, Londres, passe quelque temps au Canada, pour son plaisir et pour affaires. Il revient d'un voyage sur les côtes et est enthousiasmé du développement pris par les provinces de l'Ouest.

—M. James Ramsey, de la maison Perrin Frères et Cie, partira vers le 1er septembre pour un voyage d'affaires en Europe.

—M. S. Harris, de L. Hirshson & Co., Montréal, est revenu d'un voyage de six semaines dans les centres européens. M. Harris, parti par le Empress of Britain, est revenu sur le Lucania par New-York. Il est enchanté des perspectives pour l'automne, car il a choisi beaucoup de bonnes valeurs en fait de nouveautés, sur des marchés où la demande en général excède l'offre.

—M. J. F. Hughes, voyageur de la China & Japan Silk Co., vient de partir pour une tournée dans la vallée de l'Ontario.

—M. Geo. B. Fraser, de MM. Greenshields, Limited, partira pour l'Europe vers la fin du mois d'août afin d'y surveiller les achats du printemps pour sa maison.

—M. W. J. Daly, de MM. Daly & Morin, vient de faire un voyage d'affaires à Québec.

—M. T. P. Williams, chef du département des tapis de la maison Greenshields Ltd., est de retour à Montréal après un voyage en Europe.

—M. Sydney Harris, gérant de MM. L. Hirshson & Co., est de retour à Mont-

réal depuis les premiers jours de ce mois après avoir passé plus de deux mois en Angleterre.

—M. H. F. Révol, gérant de la maison Perrin Frères et Cie, est de retour à Montréal après une absence de six semaines passées dans les principaux centres de la ganterie en Europe.

—M. Jos. Lortie, représentant de la maison A. McDougall & Co., est de retour à Québec après un voyage d'affaires dans la Gaspésie.

—M. A. R. Wilson, chef du département de la publicité de MM. Greenshields, Ltd., est de retour à Montréal après avoir passé quelques semaines de vacances aux environs de Châteauguay.

—M. Wm. Alexander, gérant de MM. S. F. McKinnon & Co., Ltd., de Montréal, est de retour dans cette ville, après avoir fait une villégiature de quelques semaines à Niagara-on-the-Lake.

—M. C. Reid, de MM. S. F. McKinnon & Co., Ltd., de Montréal, vient de passer plusieurs semaines de vacances à Centre Island près de Toronto.

—M. Alphonse Racine passe la saison des villégiatures à Châteauguay.

—M. C. X. Tranchemontagne est de retour à Montréal depuis quelques jours, après avoir passé trois mois en Europe, pendant lesquels il a visité la Grande-Bretagne, la France, l'Italie, la Belgique et la Hollande.

—C'est avec plaisir que nous apprenons que M. Hector Racine est complètement rétabli des suites de sa récente maladie et qu'à partir du 1er septembre il reprendra ses occupations régulières.

—M. D. Nadeau, autrefois voyageur pour MM. C. X. Tranchemontagne et Cie, vient d'entrer chez MM. Finley Smith & Co.

—M. W. L. Doran, directeur-gérant de la Niagara Neckwear Co., Ltd., et de la Dominion Suspender Co. était de passage à Montréal, au commencement du mois d'août.

—M. Louis Decelles, représentant MM. D. McCall, Ltd., vient de passer une semaine à Toronto.

—M. G. H. McAllan, gérant de la succursale de MM. G. Goulding Sons, à Montréal, est de retour d'un voyage à Toronto.

—M. H. Duverger, gérant de la maison Geo. H. Hees, Son & Co., à Montréal, vient de passer en compagnie de sa famille une quinzaine de jours au Lac Muskoka.

—M. J. A. Bernier, de MM. C. X. Tranchemontagne et Cie, vient de faire un excellent voyage d'affaires à Richmond et à Arthabaska.

—M. James Brophy, de la maison Brophy Cains, Ltd., a passé une semaine à Québec, au début du mois d'août.

—M. Burton Dixon visite le commerce de détail dans les intérêts de MM. Short & Co.

—M. W. Kearney, représentant MM. C. X. Tranchemontagne et Cie, est de retour à Montréal, après un voyage dans les Cantons de l'Est.

—M. J. H. Palmer, acheteur européen de MM. Debenhams (Canada), Ltd., est de retour à Montréal, après un voyage d'achats en Europe.

—M. Gustave Barette, de la maison E. O. Barette et Cie, visite actuellement les Cantons de l'Est, avec un assortiment complet de nouveautés en cravates pour l'automne.

Une
Garantie



de
Perfection

Oporto

Pommard

St. Julien

Claret

Chambertin

Macon

Chianti

Nuits

Chateau La

Rose

V

Notre Assortiment d'Automne est
prêt maintenant.

Neuf à Dix-huit nuances dans
chaque modèle.

Soieries Magnifiques.

Belles Qualités.

Façon Élégante.

A détailler à partir de

50c et à prix aussi

élevé que vous

voudrez,

Monsieur.

I

N



La Nuance Correcte des Cravates
pour l'Automne.



Echarpes de Reid pour Hommes

Faites par

Featherbone Novelty Co., Ltd

BUREAU DE MONTREAL:
Edifice Imperial Bank

Toronto

BUREAU DE WINNIPEG:
Edifice Hammond

Nouvelles Nuances en Barathea

—M. S. Haas, de MM. Geo. H. Hess, Son & Co., de Toronto, a été de passage à Montréal, au commencement du mois d'août.

—M. A. Morin, de MM. Daly & Morin, a fait au commencement du mois un voyage d'agrément en Gaspésie.

—M. J. Daly, de MM. Daly & Morin, a tout dernièrement fait un voyage d'affaires à Québec.

—M. Fred. L. Cains, a passé la première semaine du mois d'août à Ottawa.

—M. Arthur Trépanier, représentant MM. Geo. H. Hess, Son & Co., voyage actuellement dans Montréal, pour prendre les commandes de placements d'autonne.

Ames-Holden Limited

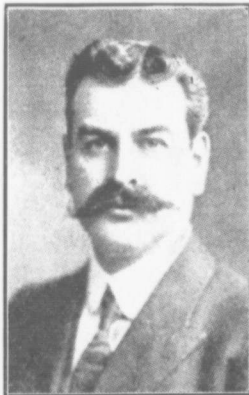
Les lettres-patentes ont été accordées à Ames-Holden Limited, dont la principale place d'affaires est à Montréal. Le capital est de \$2,500,000 réparti en 25,000 actions de \$100 chacune. Les commerçants incorporés sont: James Redmond, manufacturier; Herbert B. Ames, M. P., Arthur B. Holden, Avocat de Montréal; Rufus C. Holden, Trésorier et Wm. A. Matley, Secrétaire, de Westmount. Le but de la Compagnie est la manufacture des chaussures en cuir et en caoutchouc; elle se propose aussi de manufacturer, acheter, importer, vendre et commercer sur le cuir, le caoutchouc, tous leurs produits et toutes les marchandises, ingrédients et composés ayant une relation quelconque avec ces marchandises; de faire des affaires générales de tannerie, de manufacturer, acheter, vendre, louer à bail, importer, expédier et commercer sur des machines de toutes espèces, ayant rapport avec la fabrication des chaussures, claques, semelles, formes et toutes sortes de chaussures en cuir, caoutchouc, feutre et drap; de manufacturer, acheter, vendre, importer, expédier, commercer dans toutes sortes de cirages, poliss, vernis, attaches pour chaussures, etc.

Le "Delineator" pour le mois de sept.

Le numéro du "Delineator" pour le mois de septembre est rempli de choses bonnes à lire pour tout le monde. La femme élégante sera très intéressée par le contenu des nombreuses pages consacrées aux robes, aux chapeaux et aux articles de cou; les autres personnes, ayant d'autres inclinations trouveront beaucoup de plaisir à lire la partie littéraire de ce numéro. Barry Pain, l'humoriste bien connu, y donne le premier chapitre de "The Diary of a Baby", une histoire qui promet d'être une des plus brillantes et des plus habilement conçues qu'ait jamais écrites cet auteur. Chacun se réjouira des observations de ce baby précoce, et suivra avec amusement sa croissance.

L'histoire délicate d'un bateau automobile et de son joyeux équipage en Hollande, écrite par Williamson, est continuée, et ceux qui aiment les deux auteurs célèbres d'histoires d'automobiles, apprendront beaucoup à leur sujet dans un article écrit par John Harvey. Ce numéro contient de courts récits par Ellis Parker Butler, Tudor Jenks et un article de valeur pratique, "How not to spoil the hair", par Juliet Marion Lee, spécialiste dans cette ligne. Les ménagères verront avec plaisir la nomination au poste d'éditeur culinaire du magazine de M. Jean Marie Devaux, célèbre auto-

rite en art culinaire. Un fait spécialement intéressant dans ce département, c'est le Dictionnaire Culinaire, donnant la signification des termes employés en cuisine et dans la confection des menus; ce dictionnaire sera continué chaque mois jusqu'à ce qu'il soit complet. En même temps, une série des Recettes fameuses de Personnages Célèbres, donne une originalité distincte à ces pages. La créatrice d'intérieur trouvera quelques idées splendides dans l'article illustré: "An Old House Altered", de W. H. Wilkinson et dans l'article de Alice Kellog "Furnishing the House; treating of dressing the Bed". Les enfants trouveront des histoires et des jeux bien calculés pour tenir occupés l'esprit et les doigts.



M. Geo. D. Harper.

Chef de la maison de modes en gros,
Geo. D. Harper & Co., 227 rue
Notre-Dame Ouest, Montréal.

UNE LOI FEDERALE

Le besoin d'une loi fédérale pour le repos du dimanche ne se faisait guère sentir et, ce qui le prouve, c'est qu'en fin de compte, la loi votée en *extremis* par la Chambre des Communes et le Sénat laisse virtuellement aux Provinces le droit de légiférer sur le repos dominical.

Il est, par contre, une loi réclamée du Parlement fédéral depuis des années par toutes les provinces de la Puissance, ou du moins par les Chambres de Commerce du Canada, par les Banques, les Commerçants, les industriels, et dont on n'entend jamais parler dans les sphères gouvernementales.

Une loi fédérale concernant les faillites intéresserait cependant bien plus tous ceux qui sont dans les affaires, tous ceux qui travaillent et produisent, c'est-à-dire tout le monde, qu'une loi interdisant la vente des journaux le

dimanche, ou l'entrée des parcs d'amusements, ou le tir à la cible.

Il est vrai qu'une loi sur le repos dominical dictée par la Lord Day's Alliance peut et doit, dans certains districts électoraux, avoir pour les députés qui la votent une influence entièrement favorable auprès de leurs électeurs.

Une loi sur les faillites ne déplairait probablement pas une seule voix aux prochaines élections; aussi nos législateurs n'en ont-ils cure.

AUX COMMIS VOYAGEURS

Si la clientèle s'épuise dans votre territoire, comme vous le pensez du moins, souvenez-vous toujours qu'il y a un ou deux de vos confrères attendant l'occasion de la travailler; vos chances d'affaires sont peut-être nombreuses et vous employez de mauvaises méthodes. D'employez de l'énergie, travaillez avec plus d'ardeur.

Vous trouvez-vous en retard dans votre besogne? Commencez une heure plus tôt finissez une heure plus tard. D'un côté comme de l'autre, vous trouverez votre acheteur.

Le prix de bonnes marchandises est comme une vie réglée et la récompense d'une vie réglée est la santé.

Il existe une relation intime, indissoluble entre l'attrait personnel et le succès. La santé et une mise correcte contribuent à rendre un homme attrayant. Pour les vendeurs, ces conditions sont essentielles.

Les commandes ne s'obtiennent que par le travail—plus le nombre des personnes que vous allez voir est grand, plus vous avez de transactions à votre crédit.

Avoir une règle fixe et ne pas s'en départir, est chose mauvaise pour entrer en relations avec les acheteurs. La seule règle qui ait de la valeur est celle qui convient à chaque visite et à chaque personne en particulier.

"Le péché a de nombreux instruments, mais le mensonge est le manche qui s'adapte à tous". Les vendeurs qui mentent au client au nom de leur maison, à leur maison pour leur client et à leur maison pour eux-mêmes, sont des gens qui s'adaptent très bien aux circonstances comme les manches cités plus haut s'adaptent à tous les outils. Ceci est un peu compliqué—mais réfléchissez-y bien.

Les filateurs anglais qui ont visité l'Amérique, le printemps dernier, disent qu'ils ont trouvé les filatures américaines propres et bien outillées, et que les ouvriers des filatures du Sud leur ont semblé aussi habiles que la moyenne des ouvriers anglais travaillant à des classes semblables de marchandises. Les produits de ces filatures étaient de haute qualité.

LA
CHEMISE
“EZI-AJUSTA”



est faite avec le nouvel ajustement de manchette patenté de ce nom, illustré ici.



L'ANCIENNE MANIERE
 (Remarquez la manchette par-dessus la main.)



LA MANIERE "EZI-AJUSTA."
 (Remarquez la manchette relevée.)

Le travail de comptoir d'une sorte quelconque est une dure épreuve du confort et de la valeur d'une chemise.

L'homme qui porte une chemise avec la manche ancien modèle, a recours à des expédients innombrables, épingles de sûreté, bandes élastiques, etc., pour relever les manchettes et obtenir ainsi une plus grande liberté dans le travail.

Aucun de ces systèmes n'est aussi efficace, aussi simple et aussi certain que la **“EZI-AJUSTA.”** C'est la chemise du commis de magasin. Elle convient à l'homme que ses manchettes gênent pendant les heures de travail, et à l'homme qui est employé irrégulièrement au travail du comptoir.

La **“EZI-AJUSTA”** épargne la mauvaise humeur et conserve la toile propre.

PRODUCTION CANADIENNE MANUFACTURÉE
 ET CONTROLÉE PAR

TOOKE BROS. LIMITED, MONTREAL.

PETITES NOTES

Les rubans de Dresde, en nuances assorties à celle de la robe sont arrangés en brassards par beaucoup de femmes élégantes pour couvrir l'endroit où le gant rejoint la manche.

* * *

Certains rubans imprimés qui se vendent à dix cents la verge sont de très bonnes reproductions de rubans de Dresde et peuvent dans bien des cas remplacer de la manière la plus heureuse les rubans de haut prix, quand on recherche l'économie.

* * *

D'après le recensement national de 1905, la valeur des produits de bonneterie aux Etats-Unis était de \$138,000,000 contre \$95,500,000 en 1900, ce qui représente une augmentation d'environ 43 pour cent.

* * *

M. William Dutcher, président de la National Association of Audubon Societies a écrit au président Roosevelt une lettre dans laquelle il dit que la reine Alexandra a fait savoir récemment qu'elle désapprouve l'usage des plumes blanches de héron; il émet l'idée qu'une opinion semblable émise par Mme Roosevelt ferait plus pour l'abolition des plumes, comme garniture de chapeaux, que des mois de travail de la part des sociétés Audubon.

* * *

Le capital employé dans l'industrie de la bonneterie aux Etats-Unis est d'environ \$107,000,000, et les ouvriers qui y sont employés régulièrement sont un nombre de 104,000.

* * *

La Canadian Colored Cotton Co. qui a refusé d'entrer dans l'amalgamation, a déclaré un dividende de 2 pour cent; les profits nets, pour l'année, sont en augmentation de \$59,000 avec un total de \$260,000.

* * *

Traitez vos employés comme d'honnêtes hommes, mais ne les tenez pas par des méthodes relâchées pour le manquement de l'argent. L'honnêteté elle-même a des limites.

* * *

L'homme qui n'a jamais commis d'erreur n'a jamais réussi à rien.

* * *

James L. Branson, l'inventeur de la machine à tricoter, est mort. Il inventa sa machine pendant la guerre civile, et elle lui rapporta, dit-on, un bénéfice de \$60,000 en trois mois.

* * *

Une grande amélioration a été faite aux machines pour fabriquer les articles de bonneterie sans couture. Avec l'ancien système, les côtes, ou la partie supérieure des articles, étaient faites sur

une seule machine, la jambe sur une autre machine et le tout était fini sur une troisième machine; mais avec le nouveau système tout le travail, du commencement à la fin, ne nécessite qu'une seule opération.

La nouvelle machine commence à confectionner la partie supérieure et l'abandonne automatiquement pour faire la jambe; elle fait ensuite le talon, le pied et son extrémité et commence une autre pièce sans interruption.

* * *

Il est une chose à la réforme de laquelle les tailleurs devraient employer tout leur génie: le pantalon qui forme poche aux genoux. On lit avec un certain déplaisir, dans les écrits publics, que le roi d'Angleterre porte des pantalons qui forment poche aux genoux, dit "Montreal Standard". Voilà le roi le plus puissant de la terre, qui semble avoir tout à sa disposition et qui ne peut pas obtenir un pantalon garanti ne pas faire poche aux genoux. C'est une constatation triste de la limite à laquelle est borné le génie de l'homme.

Il ne faut pas en conclure que les tailleurs n'aient pas cherché à résoudre ce problème. Divers systèmes ont été adoptés et on peut rappeler qu'autrefois un artiste audacieux a pensé avoir trouvé la solution de la question en insérant un élastique attaché au pantalon, au-dessous du genou par chacune de ses extrémités. L'invention ne fut pas heureuse. Il ne faut pas, toutefois, désespérer du succès dans cette importante question. La fortune et la renommée attendent le tailleur qui pourra faire un pantalon qui ne forme pas poche aux genoux. Jusqu'à ce que cela se réalise, la civilisation moderne pourra être considérée comme primitive et incomplète.

* * *

Beaucoup de femmes constatent avec regret que leurs par-dessus Eton se râpent au bord, tandis que le reste du costume semble encore assez bon. Un des meilleurs moyens de remédier à cet inconvénient consiste à couper les bords éraillés et à fixer tout autour, ainsi qu'au bas des manches, un plissé de mailles ou d'un ruban étroit, en insérant les bords de la garniture entre la doublure et l'étoffe, et en couvrant avec une ganse de Perse étroite ou un gallon du même genre. Il peut être aussi nécessaire de plonger la doublure, si elle est blanche dans un bain de gazoline. L'aspect de fraîcheur ainsi produit vaut la peine que l'on s'est donnée.

* * *

Beaucoup d'hommes ne réussissent pas en affaires, non par manque d'énergie, de capacités ou de tact. Ils échouent parce qu'ils ne dirigent pas leur travail de manière à obtenir le résultat maximum et à se faire une clientèle permanente.

L'attention du public a été récemment attirée sur un ascenseur électrique d'un modèle nouveau et extrêmement simple. Ce nouveau système réunit, dit-on, la sécurité absolue, l'économie de pouvoir et l'économie d'espace. Sous ce dernier rapport tout au moins, cet ascenseur représente un grand progrès sur les modèles actuels. Tout le mécanisme moteur est boulonné en dessous de la plateforme de l'ascenseur et consiste en un tambour horizontal qui prend un mouvement de révolution sous l'action d'un moteur électrique. Sur le pourtour extérieur du tambour est ajustée une voie en spirale, qui s'engage et voyage dans deux séries de gallets placés dans des poteaux de direction supportant l'ascenseur. Le moteur étant mis en mouvement, le tambour tourne et l'ascenseur monte ou descend, comme on le désire. Quant à l'économie, ce système a l'avantage de toutes les machines mues par l'électricité: il ne consomme de la force motrice que quand il est en usage. Un autre avantage, c'est que toute la machinerie étant contenue dans la cage de l'ascenseur, beaucoup d'espace se trouve ainsi épargné. Ce système offre, dit-on, une sécurité absolue et n'exige aucun appareil de sûreté.

* * *

Malgré la diminution des expéditions de Lyon, due au développement de l'industrie de la soie en Amérique, les exportations de France aux Etats-Unis pour l'année finissant le 30 juin dernier, ont atteint, d'après des statistiques recueillies par le consul général Mason, le total de \$107,204,547, en augmentation de \$18,823,473, soit 17 pour cent, sur l'année fiscale précédente.

* * *

Les produits textiles de toute sorte peuvent être mis à l'épreuve du feu par le procédé suivant: on fait un mélange de 6 livres d'alun, 2 livres de borax, 2 livres de phosphate de soude, 2 livres de tungstate de soude et 1 livre de sulfate d'ammonium et on dissout le tout dans de la lessive de soude caustique à 36 degrés B et à la température ordinaire. Il faut employer assez de lessive pour que le liquide soit légèrement laiteux. On fait alors bouillir jusqu'à ce qu'un bâton qu'on y a plongé se couvre en refroidissant d'un enduit glacé. On fait bouillir les produits textiles dans ce liquide pendant quinze à trente minutes, on les passe à la tordue et on fait sécher à une température de 112 à 140 degrés F. puis on les repasse.

* * *

On compte que les rubans auront une bonne saison, cet automne, comme garnitures pour les chapeaux; mais les plumes et les ailes seront aussi très employées, et les fleurs joueront un rôle important dans l'ornementation des chapeaux élégants.

Ouverture des Modes

Automne 1906



*Nous vous invitons cordialement
à assister à notre Exposition
d'Automne de Modeles Français
et de Modes, pour la Saison
Prochaine ; cette Exposition aura
lieu le*

Lundi, 3 Septembre

et les jours suivants.



S. J. McKinnon & Co., Limited
MONTREAL.

VENTES AU COMPTANT OU A CREDIT

Il y a quelque vingt ans, un jeune homme, plein d'énergie, d'activité et d'enthousiasme, résolut de s'établir à son compte. Son capital se limitait à quelques dollars, aussi commença-t-il avec un petit étal de bonbons et de fruits. Sa persévérance, son honnêteté et le soin qu'il apportait à son commerce portèrent leurs fruits et plus tard il ouvrit une épicerie où il vendait au comptant.

Ce jeune homme était honnête, aimable et industrieux; ses annonces étaient habilement rédigées et comportaient un changement dans chaque édition des journaux locaux; au bout de peu de temps, il agrandit son magasin et ajouta à son commerce d'épicerie celui des nouveautés. Plus tard, il abandonna complètement l'épicerie et se trouva à la tête du plus grand magasin de nouveautés de la ville. Il maintint son système d'affaires au comptant et la fortune lui sourit. Son magasin était le seul où le commerce se fit sur cette base dans la ville, et ce commerce était profitable. Ayant débuté humblement, il devint un des riches citoyens de la ville.

Se rendant compte qu'il n'avait pas devant lui un champ assez vaste, ce marchand chercha une ville plus importante, où il pût mettre ses aptitudes commerciales à plus forte contribution; il choisit une petite ville de 15,000 habitants, située dans le même état. C'était une ville manufacturière d'une importance considérable pour l'état. Il s'établit et commença son commerce d'une manière plus prétentieuse qu'auparavant. Il tint bon pendant plusieurs années et, à la surprise des personnes qui l'avaient connu autrefois, fit des arrangements avec ses créanciers et se rendit dans une autre ville pour y ouvrir une nouvelle maison. Il réussit à payer intégralement toutes ses dépenses, mais il lui resta très peu de chose après la catastrophe.

L'auteur de cet article rencontra ce marchand un an après; il était en train de faire de nouveau d'assez bonnes affaires dans une petite ville, toujours d'après le système de ventes au comptant. Questionné sur ses fortunes diverses, il dit:

"Dans la première ville, il n'y avait pas de magasin vendant au comptant et les habitants trouvèrent mon système commode; les épargnes qu'il leur permettait de faire avalent de la valeur à leurs yeux. Si j'étais resté là, je serais à l'aise aujourd'hui. Je n'aurais pas ruiné mes rivaux, mais j'aurais attiré une grande partie de la clientèle de la ville. Je gagnais de l'argent, mais je n'étais pas satisfait.

"Dans la seconde ville, il y avait d'autres magasins vendant au comptant et, en outre, les conditions y étaient entières.

ment différentes. Le gros de la population travaillait dans les manufactures, où le paiement des salaires avait lieu une fois par mois. La clientèle riche de cette ville était aussi portée à ouvrir des comptes qu'elle ne payait qu'à la fin du mois, et je n'ai pas pu lui faire passer cette habitude. La plupart des habitants étaient des étrangers et favorisaient de préférence les commerçants de même nationalité, qui leur faisaient un prix un peu plus élevé et leur permettaient de payer au bout de trente jours. J'avais mal débuté et il m'était impossible de rien changer à mon système. J'y persistai jusqu'à ce qu'il me fût impossible de continuer. Je payai mes dettes, mais mon essai m'avait ramené près de mon point de départ et je n'étais plus aussi jeune qu'à mon début dans le commerce.

"J'allai donc dans la troisième ville où je recommençai à nouveau. Je négligeai ma première chance et je n'obtiendrai jamais le succès que j'aurais eu dans le cas contraire. Je trouvais que le commerce au comptant était une bonne affaire et qu'à la longue il remplacerait tout le commerce fait à crédit; je croyais être un des premiers à avoir fait cette découverte. J'ai appris que le commerce à crédit est de beaucoup le plus important, et je ne vois aucune raison maintenant pour qu'on s'en débarrasse complètement. Je suis partisan du commerce au comptant, parce que je le comprends et que je vois ses avantages. Je serais à la merci de mes concurrents, si je commençais à faire crédit".

Il y a des hommes qui font aujourd'hui de fortes affaires à crédit et qui pourraient changer avec profit ce système pour celui du comptant uniquement. Beaucoup de places offrent des chances de succès aux magasins vendant au comptant. Il y a des gens qui sentent le besoin de faire de petites économies, qui en profitent et qui patronnent les établissements qui leur permettent de faire ces économies. Ces clients sont assez nombreux pour rendre un commerce au comptant profitable pour un nombre limité de marchands.

D'autre part, dans certaines localités, un essai de ventes strictement au comptant peut être dangereux et aboutir à une perte et à un désastre irrémédiable.

Le marchand qui hésite à faire le commerce d'un système pour un autre doit étudier la question au point de vue de son entourage. Il doit étudier sa clientèle. Il est vrai que le public peut être instruit sur certaines méthodes de faire les affaires, de même qu'on lui enseigne à acheter des marchandises de certaines marques. Mais les occasions de faire cet enseignement sont limitées. Beaucoup de personnes trouvent un inconvénient extrême à payer tous leurs achats au comptant, tout en ayant amplement le moyen de payer.

Avant d'adopter irrévocablement le système des ventes au comptant, voyez ce que font vos clients actuels et ceux que vous espérez avoir. Quels sont ceux que vous perdrez et quels sont ceux que vous gagnerez? Qui peut payer comptant et qui veut payer comptant? Qui s'y objectera fortement et qui trouvera que c'est un bon système? Vos clients sont-ils des mécaniciens, des cultivateurs, des hommes de professions libérales, des gens riches ou des gens pauvres? Mettez vous, si possible, à la place de votre clientèle composite.

Bien qu'il soit vrai que les magasins vendant au comptant ne soient pas toujours une entreprise sage, il est bien peu de magasins, si toutefois il en existe, où un système de crédit limité ne puisse être adopté avec profit. Le refus d'un certain espace de temps accordé pour payer une facture, peut être offensant pour certaines gens. Une période limitée est raisonnable et fait une forte impression sur l'esprit des clients. Ils volent, à quelques rares exceptions près, que ce la est juste et ils acceptent volontiers cette proposition.

L'APPARENCE DU MAGASIN

Après les prix et la variété du stock, le facteur le plus important pour attirer la clientèle dans un magasin, c'est l'apparence du magasin lui-même. Nous avons vu un très bon exemple, tout récemment, dit "Maritime Merchant", de ce que peut faire un aménagement de magasin dernier genre et un emploi libéral de peinture et vitrines. Un marchand d'une petite ville vit un jour dans son district un nouveau magasin s'ouvrir; ce magasin était la propriété d'une compagnie qui avait des succursales en différents endroits de la province. Le marchand pensait que cette compagnie lui ferait du tort, comme elle en avait fait à d'autres; il commença donc à réfléchir à la manière de faire face à ses attaques. Après avoir bien considéré le cas, il envoya chercher des menuisiers. Ceux-ci transformèrent son magasin intérieurement et extérieurement. Le marchand acheta un nouvel aménagement et, bien que cela lui coûtât une forte somme d'argent, il ne s'arrêta que lorsque son magasin eut une apparence qu'il savait que son concurrent ne pourrait égaler.

Alors il se sentit rassuré, il pensait bien qu'ayant pu lutter sur ce point, il pourrait le faire aussi bien sur d'autres. Il y réussit en effet; non seulement il conserva ses anciens clients, mais il s'en fit beaucoup de nouveaux. L'apparence d'une prospérité personnelle attira une clientèle supplémentaire, car le public aime à faire affaires avec un homme qui a l'air de prospérer. S'il avait émis l'idée que ses affaires déclinaient et qu'il se distinguerait par un aspect délabré



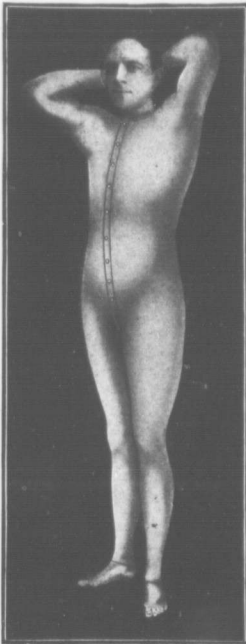
COMME LES RAYONS DU SOLEIL

Notre nouveau DRAP à **COSTUMES LLAMA RADIUM, IRREPROCHABLE et IRRÉTRÉCISSABLE** répandra un vif éclat sur votre commerce d'étoffes à robes, si vous le comprenez dans votre Stock, cet Automne.

Remarquable valeur—largeur 48 pouces—16 belles nuances et couleurs—en pièces de 24 et 25 verges. Peut se détailler, avec un profit libéral, à 50c la verge.

Echantillons et liste de nuances sur demande. Livraisons en Août ou Septembre aux termes usuels de l'Automne. Contrôlé uniquement pour le Canada, par

KYLE, CHEESBROUGH & CO., MONTREAL.



Les Sous-Vêtements Côtelés à l'Aiguille à Ressort de Ellis

sont différents de ceux d'autres fabrications, parce que les machines à Côteler à l'Aiguille à Ressort sur lesquelles le tissu Ellis est fabriqué sont les seules en usage au Canada.

La Tricoteuse à Côtes à l'Aiguille à Ressort produit des marchandises du caractère le plus délicat, façonnées en vêtements Union et en complets de deux pièces du type s'ajustant le plus confortablement, procurant au toucher cette sensation douce, délicate, engageante, qui invite au repos la peau irritable.

Si vous n'avez pas placé votre ordre pour l'Automne, faites-le immédiatement, **SUR LE CHAMP.**



**ELLIS MANUFACTURING CO.,
LIMITED.**

HAMILTON, ONT.

AGENTS DE VENTE:

MONYPENNY BROS. & Co., Toronto et Montréal.

et désert, ses meilleurs amis même seraient passés devant son établissement pour donner leur clientèle à son concurrent.

Il y a profit à faire des réparations à un magasin et il est peu de marchands qui ne puissent profiter par là. Chaque marchand doit voir par lui-même les détails des changements à apporter, mais il ne faut pas négliger la peinture fraîche, le savon et l'eau chaude. Pour l'intérieur du magasin, n'oubliez pas que l'idéal du marchand moderne dans l'arrangement de son magasin est de montrer autant que possible tout ce qu'il a à vendre.

Ces jolies choses, tenues dans des boîtes sous le comptoir, se vendraient presque d'elles-mêmes, si elles étaient exposées sous verre.

LES ANNONCEURS SENSES

L'invention de la machine à écrire a exercé, dit-on, une bonne influence sur la rédaction de la publicité. L'emploi général de la machine à écrire et de la sténographie s'est fait simultanément. Ces deux choses permettant au commerçant ou au manufacturier de s'asseoir à son pupitre et de dicter des articles de publicité, l'annonceur a été mis à même de faire un travail bien meilleur, dit "Commercial Bulletin". Pourquoi?

Simplement parce qu'il a été naturel. Il a parlé et son langage était la parole ordinaire de tous les jours, sans aucun effort à être emphatique.

Aussi ce langage mis dans une annonce a produit de l'impression sur les lecteurs, comme une parole franche et dépourvue d'exagération.

Cela fait de nouveau ressortir la nécessité d'être simple et d'aller droit au but dans la publicité.

Les paragraphes formés d'une phrase ont toujours beaucoup de force. Un des bureaux de publicité les plus expérimentés qui existent emploie des paragraphes de vingt à trente mots et si ce bureau était appelé à écrire des articles de trois ou quatre pages pour un magasin, il n'y a pas le moindre doute qu'il le ferait en courtes phrases. Elles semblent atteindre le but proposé.

Le marchand qui annonce sa marchandise ne doit pas perdre de vue qu'il ne fait que parler à ses clients, qu'il leur fait connaître ce qu'il y a de bon dans certains articles qu'ils désireront probablement acheter et pourquoi ces articles sont désirables.

Les marchandises annoncées devraient avoir une qualité conforme à leur prix ; ou elles devraient être vendues à un prix qui attire l'attention. Il y a une demande pour des marchandises de toute qualité.

Le monde est vaste et est peuplé de millions d'habitants.

Les conditions de fortune du public sont plus variées que les couleurs de

l'arc-en-ciel. Depuis le mendiant jusqu'au millionnaire, tous patronnent quelque établissement où on vend des marchandises.

Il y a donc une gradation dans la demande. A la campagne, toutefois, le principal desideratum est d'obtenir une assez bonne qualité à un prix minimum ou une excellente qualité à un prix raisonnable. Le cultivateur connaît la valeur de l'argent. C'est lui qui doit supporter la chaleur du jour et la fatigue du labeur; son travail comparé à d'autres occupations est pénible, en vérité. S'il veut récolter, il doit semer. Par conséquent il veut en avoir pour son argent.

Voilà la raison pour laquelle le cultivateur veut avoir le plus possible pour son argent gagné durement. La qualité ne l'impressionne pas autant que les dollars et les cents. Pour beaucoup, c'est la quantité qui compte. Une paire de bottes en caoutchouc sans garantie se vendra plus facilement à \$2.50 qu'une paire entièrement garantie à \$3.50. Il en est de même de toute autre chose.

Etudiez les besoins de votre client. S'il désire ce qu'il y a de meilleur dans le magasin, faites un prix correct. Sinon, faites-lui des conditions au comptant et payez le fret, etc.

Nous croyons qu'il est bon de faire les choses en temps voulu et d'être en tout temps prêt à les faire. Etudiez votre clientèle. Tâchez de trouver sur le marché quelque chose d'attrayant, à bon marché, qui étonne les habitants de votre localité.

Nous avons souvent entendu dire qu'il y a toujours dans la cité ou la ville un magasin connu comme le plus populaire, le meilleur, etc.

Essayez de faire que votre magasin soit digne de cette réputation et vous vous l'attirez sûrement.

Donnez plus d'attention que jamais à votre publicité. Quand vous faites paraître une circulaire, qu'elle soit imprimée sur du papier de bonne qualité, en bonne encre noire et en caractères simples, ordinaires. Les vignettes paraîtront bien mieux. Evitez l'usage du papier de couleur, à moins que vous n'ayez l'intention de faire un effet de couleur dans une vente, comme par exemple la vente d'un article portant une étiquette rouge, une étiquette blanche, etc.

Une autre manière d'annoncer votre établissement consiste à employer du papier d'une même couleur pour l'empaquetage. Servez-vous d'un papier d'une couleur de bon goût, blanc ou bleu ; à encore il y a autant de nécessité que dans la publicité à employer de bon papier. Les gens n'aiment pas porter des paquets mal faits et qui n'ont pas un air attrayant. Dépensez un peu plus d'argent pour le papier et la ficelle, cela produira une bonne publicité — ce sera bientôt reconnu comme une marque de commerce de votre établissement.

Tous les petits détails aident et forment un bon tout.

Lisez les annonces des journaux et des magazines. Etudiez la matière à publicité—c'est peut-être la meilleure littérature du jour.

L'IMPORTANCE DE LA POLITESSE

Le système adopté dans la majorité des magasins et qui consiste à mesurer la valeur des vendeurs uniquement d'après le volume de leurs ventes individuelles, ce système, tout en ayant ses avantages, ne tient pas compte, jusqu'à un certain point, de l'individualité du vendeur. Dans la vente de marchandises, cette individualité est un facteur important.

Le commis qui a le plus fort livre de ventes n'est pas toujours forcément le meilleur vendeur. Au contraire, un commis qui peut montrer un montant de ventes important peut, néanmoins, faire un tort considérable au magasin.

Dans toute réunion d'individus, dit "Dry Goods Economist", il y a un plus ou moins grand nombre de personnes qui font une grande attention à la politesse qui leur est témoignée et qui, si elles ne sont pas traitées avec courtoisie dans un magasin, s'en vont dans un autre pour y faire leurs achats. Il y a des magasins dans lesquels les gens de cette catégorie sont un cauchemar pour une partie du personnel vendeur. Les commis qui redoutent ce genre de clients se figurent que la femme aux manières raffinées, qui est elle-même polie et qui s'attend à ce qu'on soit poli avec elle, se donne des airs, et ils éprouvent le plus vif plaisir à pouvoir se vanter de n'avoir pas permis à la "grande dame" de prendre le dessus sur eux. Ils ont une intuition suffisante pour voir qu'une telle cliente est plus que difficile dans ses achats, et "ils n'ont pas le temps de se casser la tête avec un public de ce genre"—ou avec "des gens grincheux" pour employer une expression familière à la bouche de ces vendeurs.

Cependant ces clients sont souvent ceux-là même que le propriétaire et les membres de la firme tiennent le plus à conserver. Les marchands savent que ces clients donnent du relief au magasin, que s'ils reçoivent le traitement auquel ils se sentent avoir des droits, ils reviendront sûrement au magasin et que leurs achats comprendront certainement cette classe de marchandises — en un mot, des objets de luxe—que toute maison de progrès est ambitieuse de vendre, qu'en réalité elle doit vendre pour arriver à un bon résultat financier. Le marchand, toutefois, ne peut pas être partout à la fois dans son magasin et la tâche de corriger les erreurs des vendeurs qui adoptent le genre de conduite dont il est parlé plus haut, est confiée à l'inspecteur.



A. S. RICHARDSON

SPÉCIALISTE EN

FIGURES DE CIRE

Nos figures sont remarquées pour leur construction parfaite et leur air attrayant en général. Vous verrez qu'elles constituent un bon placement d'argent.

Formes et Accessoires de Magasins

de toutes sortes pouvant être vues dans nos salles d'exhibition.

62 RUE HAYTER
TORONTO

TEL. M. 3687

40 CARRE VICTORIA
MONTREAL

TEL. M. 4334

Si vous n'avez pas le temps de nous rendre visite, demandez-nous un catalogue illustré.



Wm. Bartleet & Sons

ETABLIS EN 1750

Abbey Mills,
Redditch, Angleterre

Fabricants des célèbres

Aiguilles à Coudre

"Marque Archer"

En usage depuis 156 Ans

Qualité non surpassée.]

Wm. Croft & Sons,

ETABLIS EN 1855.

Seuls Distributeurs pour le Canada.

Spécialités en : Peignes, Ornaments pour la Chevelure, Brosses, Bourses, Sacs Vanity, Cartes à Jouer, Harmonicas, Couteaux de Poche, Rasoirs et Cuir à Rasoirs. Articles divers de Nouveautés, Articles divers pour Pharmaciens, Marchands de Tabacs et Pipes. Stock complet dans tous les départements.

Si un de nos 9 représentants ne va pas vous voir, écrivez-nous directement.

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



PRINCESS RIB

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



ROCK RIB

Aussi fort que Gibraltar

Bas faits spécialement pour l'usage fatigant des Garçons et des Filles.



HERCULES RIB

La limite de Résistance

Faits d'un Fil spécialement fort à
Trois Brins.

Si ce fonctionnaire est strict, bien élevé et d'un caractère courttois, il n'est pas douteux qu'il verra attentivement à ce que tous les clients soient traités avec courtoisie. Mais s'il a des manières rudes et cassantes vis-à-vis des "gens grincheux", ses subordonnés ne seront pas longs à en profiter.

Un remède à cet état de choses consiste à faire toujours bien comprendre aux vendeurs que, dans l'appréciation de leurs mérites, leur courtoisie envers les clients, sera prise en considération aussi bien que le montant de leurs ventes ; cela aura pour effet de détruire parmi les employés l'impression que, si leurs ventes s'élevaient à une certaine somme, ils sont O. K. Il faudrait faire comprendre à tout le personnel qu'ils seront cotés avec soin pour leur politesse à l'égard des clients.

On devrait rappeler de temps à autre au personnel vendeur que les bonnes manières entrent en ligne de compte, que le succès du magasin dépend grandement de sa courtoisie et de son obligeance et que de ce succès dépendent, jusqu'à un certain point, l'avancement des commis et la permanence de leur emploi. Que les commis de magasin se rendent compte que la courtoisie et la politesse seront considérées comme des qualités de la plus grande valeur, et les plaintes au sujet de leur attitude se feront rares.

L'ÉPARGNE ET LES DEPENSES

Comme dit le proverbe : "Un sac vide ne peut pas se tenir debout" ; un homme en dettes ne peut pas le faire non plus. On ne peut pas avoir confiance en un homme qui a des dettes pour savoir la vérité ; c'est pour cela que l'on dit que le mensonge accompagne les dettes.

L'homme qui doit de l'argent est généralement porté à s'excuser de ne pas payer ce qu'il doit en temps voulu, et dans bien des cas, il faut qu'il mente pour le faire. Le premier pas dans les dettes est comme le premier pas dans le mensonge ; il nécessite presque l'obligation de procéder de la même manière ; dettes sur dettes, comme mensonges sur mensonges. Beaucoup d'hommes peuvent attribuer le commencement de leur insuccès dans la vie au premier emprunt qu'ils ont fait et se rendent compte, mais trop tard, de la force du proverbe : "Qui emprunte de l'argent emprunte le charlin".

La manière dont un homme fait usage de l'argent—le gagne, l'épargne et le dépense—est peut-être une des meilleures épreuves du caractère. L'argent ne devrait jamais être considéré comme le but principal de la vie ; on ne devrait pas non plus le mépriser, car il représente, dans une grande mesure, le con-

fort physique et mental. Certaines des plus belles qualités de la nature humaine ont un rapport intime avec l'usage convenable de l'argent—la générosité, l'honnêteté, la justice et le sacrifice de soi-même.

La catégorie d'hommes qui vivent au jour le jour formera toujours une classe inférieure, dit le "New York Commercial". Ils restent forcement sans aide, se fiant à la société, aux hasards de l'occasion, aux saisons. N'ayant aucun respect d'eux-mêmes, ces hommes ne peuvent s'attirer le respect des autres. Dans les crises commerciales, ils sont perdus invariablement.

Le monde a toujours été divisé en deux classes—ceux qui ont fait des économies et ceux qui ont dépensé—les économes et les extravagants. La construction de tous les édifices, des usines, des ponts, des chemins de fer, des navires et l'accomplissement de tous les autres travaux qui ont tant fait pour l'avancement et le bonheur de l'homme ont été accomplis par les hommes économes ; et ceux qui ont gaspillé leur argent ont toujours été leurs esclaves. Les lois de la nature sont ainsi faites.

La maxime de Lord Bacon était que quand il était nécessaire d'économiser, il valait mieux s'occuper des économies infimes que de descendre à des choses mesquines ; c'est une bonne maxime à suivre. L'argent de poche que beaucoup de personnes gaspillent inutilement, formerait souvent la base d'une fortune et de l'indépendance. Cet argent gaspillé est l'ennemi le plus dangereux, et ceux qui se livrent à ce gaspillage se rencontrent généralement parmi les hommes qui se plaignent toujours de l'injustice du monde. John Locke, le grand philosophe anglais, conseille fortement de suivre l'avis suivant : "Rien, dit-il, ne contribue plus à régler la vie d'un homme, que d'avoir constamment devant ses yeux l'état de ses affaires complètement à jour". Le grand duc de Wellington tenait un compte détaillé et exact de tout l'argent qu'il recevait et qu'il dépensait. "Je me fais un point d'honneur, disait-il, de payer mes comptes, et je conseille à tout le monde de faire la même chose ; autrefois, je me remettais de ce soin à un domestique de confiance, mais je fus guéri de cette folie en recevant un matin, à ma grande surprise, des réclamations pour dettes qui n'avaient pas été payées depuis un an ou deux. Ce domestique avait spéculé avec mon argent et avait laissé des factures non-payées". En parlant de dettes, il faisait la remarque suivante : "Les dettes rendent un homme esclave. J'ai souvent su ce que c'était que d'avoir besoin d'argent, mais jamais je ne me suis endetté".

Washington était aussi méticuleux que Wellington dans le détail des choses et un fait remarquable, c'est qu'il ne dédai-

gnait pas d'examiner les petites choses de son ménage, déterminé comme il l'était à vivre honnêtement, avec ses propres ressources, même quand il avait la haute situation de président des Etats-Unis.

Le succès mondain mesuré par l'accumulation de l'argent, est sans aucun doute une chose éblouissante et tous les hommes sont naturellement plus ou moins admirateurs du succès mondain ; mais bien que des hommes aux habitudes peu scrupuleuses, toujours en éveil pour profiter de toutes les circonstances, puissent réussir dans le monde, il est cependant très possible qu'ils ne possèdent pas la moindre élévation de caractère, ni rien de bon en eux-mêmes. Les richesses ne sont pas une preuve de valeur morale, dit Francis Collins et leur brillant ne sert souvent qu'à attirer l'attention sur l'indignité du possesseur, de même que la lumière émise par le ver-luisant révèle la larve.

La puissance de l'argent est en somme surfaite. Les plus grandes choses qui ont été faites dans le monde l'ont été généralement par des hommes de peu de moyens. Le christianisme a été propagé dans la moitié du monde par des gens de la classe la plus pauvre. Les penseurs, les inventeurs, les artistes et les auteurs les plus renommés ont été des hommes d'une richesse modérée, dont beaucoup gagnaient peu au-dessus du salaire d'un ouvrier ordinaire. L'acquisition d'une fortune permet à quelques hommes d'entrer dans la société, mais, pour être estimé, il faut posséder des qualités d'esprit, de cœur et des bonnes mœurs, autrement ces gens sont simplement des gens riches et rien de plus. Il y a maintenant dans la société des hommes riches comme Crésus auxquels on n'accorde aucune considération, ni aucun respect. Pourquoi ? Ce ne sont que des sacs à argent. Les hommes qui font leur marque dans la société—ceux qui guident et dirigent l'opinion, les hommes réellement utiles et prospères—ne sont pas nécessairement des hommes riches, mais des hommes d'un caractère franc et d'une excellente moralité.

L'homme pauvre qui a eu la chance d'avoir un esprit cultivé, qui a mis à profit les occasions, sans en abuser, qui a passé sa vie du mieux qu'il a pu, peut jeter les yeux, sans le moindre sentiment d'envie, sur la personne qui n'a à son actif qu'un succès mondain—sur l'homme qui n'est simplement qu'un homme d'argent.

Il n'est pas possible en général de teindre des tissus formés de coton et de soie artificielle en une couleur uniforme, quelle que soit la qualité de la teinture employée, à cause de la plus grande affinité de la soie artificielle pour la teinture.

OUVERTURE DES MODES.

Le commerce est cordialement invité à assister à notre Exhibition d'Automne de

Chapeaux Modèles et Nouveautés

TORONTO - - - - - (55, rue Wellington Ouest)
LE LUNDI, 27 AOUT,

MONTREAL - - - - - (230, rue McGill)
LE LUNDI, 3 SEPTEMBRE

WINNIPEG - - - - - (71, rue Albert)
Le MARDI, 4 SEPTEMBRE

G. GOULDING & SONS, MONTREAL,
TORONTO,
WINNIPEG.



Ouverture des Modes

*Lundi, 3 Septembre
et jours suivants.*

**The JOHN D. IVEY CO.,
Limited**

**240 Rue Notre-Dame, Ouest
MONTREAL.**

UNE IDEE POUR LES VENDEURS

Un registre des manies des clients peut sembler chose étrange dans une maison d'affaires; néanmoins les marchands qui ont adopté ce système disent qu'il est excessivement avantageux. La plupart des hommes ont un passe-temps favori ou s'attachent fortement à une chose ou à une autre dont ils aiment à parler. Pour l'un c'est la pêche, pour un autre le yachting, pour un troisième, son premier bébé, tandis qu'un quatrième peut avoir l'esprit occupé par une idée dont il ferait usage en affaires. Un manufacturier peut être profondément intéressé par le travail des associations; il peut préconiser le système des primes ajoutées aux salaires, ou bien il peut avoir des idées bien arrêtées sur les questions ouvrières.

Le vendeur qui remarque soigneusement la manie de chacun de ses clients ou des hommes qu'il se propose d'avoir pour clients et qui se les remémore avant d'entrer en conversation avec eux entre mieux dans leurs bonnes grâces que le vendeur qui ne tient aucun compte de cela, dit "The Iron Age". Le fait de se rappeler une conversation précédente a quelque chose d'un compliment; il semble que cette conversation ait fait une forte impression. L'homme qui vend des marchandises fait gagner de l'argent à sa maison par ses relations amicales avec les clients. Il n'y a pas de meilleur moyen de se faire un ami que de bien écouter quand il le faut et de se souvenir de ce qu'on entend. Il en coûte peu de prendre note du sujet de conversation choisi par un client, et de consulter le carnet où ces notes sont consignées avant de lui rendre visite, si la mémoire fait défaut. Une carte sur laquelle seraient inscrites ces notes serait une aide précieuse pour un débutant, quand il est nécessaire de faire des changements dans le personnel des voyageurs. C'est grâce à de petits actes dénotant du tact que vous vous ferez des clients qui s'adresseront directement à votre maison, sans s'arrêter à d'autres magasins, quand ils auront besoin de faire un achat.

LE NECESSITE DE LIRE LES JOURNAUX COMMERCIAUX

Il est absolument nécessaire pour tout marchand désirant réussir de se tenir à la hauteur de son époque et d'être renseigné sur tout ce qui se passe dans le monde des affaires. Il y a beaucoup de marchands dans les petites villes qui ne lisent jamais un journal, sauf peut-être la feuille locale, qui ne jettent jamais les yeux sur une publication commerciale de quelque sorte qu'elle soit et qui, par conséquent, ne savent rien de ce qui se passe en dehors de leur localité et très souvent en savent assez peu. Ils ne pensent pas qu'il soit nécessaire de progresser avec l'époque et n'ont pas assez

d'énergie pour désirer connaître ce qui se fait dans les grands centres commerciaux.

Des choses d'un intérêt vital pour tous les marchands se passent chaque jour dans le monde commercial, choses que les marchands devraient connaître et d'a près lesquelles ils devraient agir, dit "St. Paul Trade Journal". Observez ce que les marchands vos confrères accomplissent par l'organisation et la coopération pour lutter au mieux de leurs intérêts. Abonnez-vous à des journaux commerciaux, qui vous renseigneront sur tout ce qui vous intéresse, vous et votre commerce. Ne craignez pas de dépenser quelques dollars par an pour vous instruire. C'est de l'argent bien employé, et les connaissances que vous acquérez par la lecture de publications modernes vous seront toujours utiles.

Tenez-vous au courant des nouvelles idées en fait de publicité, des plans pour les ventes spéciales et d'une foule d'autres choses qui aident à attirer la clientèle et à augmenter les affaires. Ne laissez pas votre magasin ressembler à une boutique de bric-à-brac. Débarrassez-vous de vos vieilles marchandises et mettez-en de nouvelles en stock dans toutes les lignes. Dans les grandes villes, les marchands de gros font beaucoup d'offres spéciales dont les marchands de la campagne devraient prendre note et profiter. Comment connaissez-vous ces valeurs spéciales si vous ne lisez pas un journal commercial?

Au sujet des aliments purs, supposez qu'une loi soit passée forçant les épiciers à se défaire de leurs marchandises impures, sous peine d'être poursuivis. Le moyen de le savoir est de lire les journaux; alors vous serez en mesure de vous protéger, si vous êtes épicier, et d'aider ceux qui travaillent dans votre intérêt.

Quant aux marchands de nouveautés, il est certainement nécessaire qu'ils se tiennent au courant des nouveaux genres, des nouvelles modes et de toutes les indications données pour les étoffes à robes. Comment pouvez-vous attendre à faire des affaires ou à obtenir la clientèle de votre communauté si vous ne tenez pas des marchandises modernes, et comment pouvez-vous savoir ce qui est à la mode, si vous ne lisez pas un journal de nouveautés? Ne tenez que les marchandises de la dernière nouveauté et vous n'aurez pas de peine à les vendre. Ne mettez pas en stock un fort assortiment d'un article spécial, à moins que vous ne sachiez qu'il sera en demande. Si vous lisez un bon journal, vous saurez d'avance exactement ce dont vous avez besoin pour votre commerce, et vous pourrez user de jugement dans vos achats.

Beaucoup de marchands se figurent que l'argent dépensé en publications commerciales est de l'argent gaspillé;

cessez de les lire pendant quelque temps, commandez vos marchandises indifféremment et remarquez la différence dans vos profits.

Maintenant, il y a encore la question de l'étalage dans les vitrines. Chaque marchand se rend compte de l'importance de cet étalage comme moyen de publicité. Ce sont les journaux commerciaux qui vous donnent de nouvelles idées qui vous disent comment arranger vos marchandises d'une manière attrayante et vous indiquent quantité de moyens pour attirer le public dans votre magasin. Si votre rival est au courant de tout cela et en profite, où irez-vous si vous ne faites pas comme lui? A cette époque de concurrence active, c'est le marchand qui est toujours aux aguets et qui fait tous ses efforts pour devancer ses rivaux qui réussit.

L'EVOLUTION DU COSTUME

Par Edgar James Banks, dans "New York World"

La tradition veut que notre mère Eve se soit fait un costume avec des feuilles de figuier et soit devenue ainsi la créatrice des modes. Nous pouvons nous figurer notre mère commune se tenant sur les rives de l'Euphrate et se penchant loin au-dessus de l'eau pour voir son image dans le courant, qui était alors le seul miroir à sa disposition, pendant qu'elle arrangeait et admirait son costume.

La mode qu'elle inaugurerait alors différait peu de celle employée par toutes les peuplades dont les yeux se sont ouverts, à mesure qu'elles sortaient de leur état sauvage, sur le besoin d'un costume.

Il n'est pas douteux que les feuilles — peut-être les feuilles de figuier, parce qu'elles sont très larges — ont été le premier costume de la race humaine et qu'elles le sont restées jusqu'à ce que l'ingéniosité de l'homme lui ait appris à tisser les fibres des plantes ou à les tresser, de manière à former une couverture plus satisfaisante.

Les vêtements des hommes primitifs dans le jardin de l'Eden, ou en d'autres termes, dans l'ancienne Babylonie, où des excavations ont mis au jour les traces les plus anciennement connues de la civilisation, différaient peu des vêtements des tribus les plus sauvages des contrées à demi tropicales. Le premier costume naturel de toutes les peuplades a été le pagne ou pièce d'une étoffe quelconque jetée sur les hanches; mais suivant les conditions locales, ce pagne était tressé ou tissé, ou bien encore il consistait en une corde entourant la ceinture et de laquelle pendaient des feuilles, des plumes ou autres objets. Tous les Arabes de la Babylonie portent encore autour de la ceinture une corde formée de crins de cheval. Pourquoi? Ils ne le savent pas

L'Unique DECAUVILLE

LIVRAISON IMMEDIATE

Garantie pour 365 jours

CARROSSERIE
de.....
LUXE



PNEUS
MICHELIN

Entrées Latérales. **DOUBLE PHAETON**
Capote Américaine Ordinaire

“ Rien ne sert de courir, il faut arriver à point.”
Avec une **Decauville** on arrive toujours au but.

**Nous pouvons fournir sur les châssis
Decauville tous les Modèles de Car-
rosserie qui nous sont demandés.....**

Sur demande nous envoyons le catalogue franco, ainsi que tous
renseignements désirés.

The Canadian Motor Car Company

Bureaux: 25 rue St-Gabriel.

Salle d'Exhibition: Ancienne Manufacture Davis,
Cote Beaver Hall

MONTREAL.

eux-mêmes. Cette corde n'a aucune beauté ni aucune signification religieuse.

Nous devons admettre que l'homme primitif, jusqu'à ce qu'il soit devenu suffisamment civilisé pour former avec la pierre ou l'argile des images de la forme humaine, était nu et portait autour des reins un vêtement étroit. Quand il apprit à tracer des dessins ou à modeler l'argile, il commença à laisser des traces de la transformation de ses vêtements et ces dessins des modes nous sont restés. Les peuplades de la Babylonie arrivèrent à cette période, dès l'année 4500 avant l'ère chrétienne, ou il y a à peu près 6500 ans.

A cette date, l'homme s'était débarrassé de la petite bande de feuilles ou de fibres; il avait appris à coudre ensemble ces bandes tissées ou tressées et le petit vêtement s'était transformé en une jupe courte descendant de la ceinture jusqu'au genou. Un certain nombre de statues et de statuettes provenant de Bismya et de Telloh, les ruines de deux des plus anciennes cités babyloniennes, sont une preuve de cette mode.

Le même exemple est fourni par une statue de marbre de David, un roi babylonien qui régna 4500 ans avant l'ère chrétienne, à Adab, dont Bismya représente les ruines. Le roi n'avait pas de vêtement au-dessus de la ceinture, mais à partir de la ceinture et descendant jusqu'aux genoux était une jupe formée de six plis ou bandes d'étoffe tissées ou tressées et cousues ensemble. A la bande supérieure était attachée une courroie qui fermait la jupe en arrière. Il est impossible de dire maintenant de quel matériel ce vêtement était fait. Cette jupe courte était tout le costume babylonien et le seul pour les hommes et les femmes qui vivaient 4500 ans avant l'ère chrétienne.

Quotique les jupes, les pantalons et même les sandales ne fussent pas encore transformés, le barbier de cette époque primitive avait déjà appris son métier. La figure et la tête du roi David et de ses contemporains sont représentées rasées. L'art du bijoutier était également connu,

car les maisons et les tombes de ces peuplades primitives ont fourni des anneaux de nez, des bagues, des boucles d'oreilles, des bracelets et des anneaux des chevilles des pieds. La parfumeuse avait déjà commencé sa profession et elle fabriquait des cosmétiques rouges et noirs, avec lesquels les élégantes de l'époque noircissaient leurs cils et rougissaient leurs joues. On a trouvé à Bismya un vase en marbre magnifiquement gravé qui servait à contenir des cosmétiques et qu'une femme babylonienne a employé il y a près de 6000 ans. On voit encore dans un de ses compartiments des traces de rouge et dans l'autre, des traces de noir. Bien que les hommes rasassent leur face et leur tête, les femmes de cette époque portaient leurs cheveux longs. Ils étaient tressés en arrière et maintenus en place par une seule épingle à cheveux énorme, en bronze, un peu plus longue, mais plus mince qu'un clou de dormant de chemin de fer. La tête de ces épingles était ornée d'une large perle en lapis-lazuli. Le dessin suivant que nous avons des modes babyloniennes dans l'antiquité date de l'année 3750 avant l'ère chrétienne et a une personne dont le vêtement y est représenté est Naram Sin, le fils du célèbre Sargon d'Agade qui régna pendant l'âge d'or de l'histoire babylonienne. Pendant plusieurs siècles avant son époque, la civilisation s'était développée d'une manière remarquable. L'art du tissage avait été découvert et la jupe courte du roi David, qui n'était qu'un peu plus longue qu'un pagne, s'était changée en un vêtement cachant la plus grande partie du corps.

Cet agrandissement du vêtement était fait par l'addition d'un ou de deux plis au sommet et d'une pièce de drap qui était jetée par dessus l'épaule gauche et le bras gauche, laissant libres l'épaule droite et le bras droit. Ce costume qui date de l'année 3750 avant l'ère chrétienne était complété par une petite calotte ronde s'ajustant exactement sur le crâne.

Si nous franchissons un espace de 1,

000 ans, pour arriver jusqu'à l'époque du roi babylonien qui vivait 2800 ans avant l'ère chrétienne et dont la statue a été trouvée à Telloh et est au musée du Louvre à Paris, nous avons un dessin d'une mode légèrement différente. A cette époque, le vêtement s'était transformé en une courte pièce de drap carrée, entourant le corps; on en jetait un coin par dessus l'épaule gauche, on le faisait passer derrière le dos et sous le bras droit puis sur la poitrine et de nouveau par-dessus l'épaule gauche, l'extrémité pendait en arrière, le maintenant en place.

Les deux choses les plus remarquables au sujet de ce vêtement c'est qu'il était excessivement facile de le mettre et tout aussi facile de l'enlever; c'est un vêtement semblable que l'on voit parfois porté par les arabes babyloniens. On ne sait pas si la jupe courte du roi David était encore portée sous ce vêtement. La chose la plus intéressante au sujet du costume de cette époque c'est qu'il portait les premières traces de broderie, le long du bord.

Hamurabi, le grand législateur babylonien du XIV^{ème} siècle avant l'ère chrétienne, qui, dans ces récentes années a été l'objet de discussions sans fin parmi les théologiens, parce que les lois qu'il a faites ressemblaient aux lois de Moïse, ou sont les lois originales qui ont servi à Moïse à faire ses lois, nous a laissé une autre série de dessins de modes. Il est représenté debout devant le dieu Soleil, qui porte encore le costume de Naram Sin. Ce costume des premiers temps continue à être à la mode parmi les dieux babyloniens, longtemps après qu'il avait été rejeté par le genre humain.

Hamurabi, le roi à la longue barbe, a sur sa tête une calotte épousant la forme du crâne, avec un bord épais et étroit. Son vêtement est toujours la tunique jetée sur l'épaule gauche et laissant libre le bras droit, mais la jupe tombe également jusqu'au cou-de-pied et ça et là, il y a des lignes de broderie.

Si nous avançons des dessins représentant les costumes des siècles suivants,

EN STOCK

Soieries Japonaises en pesanteurs et largeurs variées — Noires et Blanches.

Nous offrons maintenant des tissus pour nattes pour livraison au printemps — Ainsi que des échantillons de nouveaux Jouets pour Pâques.

Nous avons en stock des Pipes, à partir de 90 cents la douzaine et à prix plus élevés.

Brosses à Cheveux, à Ongles et à Dents toujours en stock. Aussi Couverts de Table en Porcelaine, Dessus de Coussins, Couvre-lits, Fausses-manches, etc., aux plus bas prix du gros.

SHORT & COMPANY

219, Edifice du Board of Trade, MONTREAL

LA METHODE DE PUBLICITE PAR ENSEIGNES

n'est pas une expérience qui n'ait pas été mise à l'essai. Toutes les maisons d'affaires prospères emploient des enseignes. Nous ne pouvons pas vous indiquer de prix d'enseignes, car il y en a des milliers de différents genres; mais nous pouvons vous envoyer notre catalogue dans lequel se trouvent des gravures de plusieurs douzaines de genres différents. Il est gratuit pour les marchands qui le demandent par lettre sur papier commercial.

THE MARTEL, STEWART CO., Limited
MONTREAL, Canada


MARCHANDISES CANADIENNES
POUR LE
PEUPLE CANADIEN.



HARRIS & COMPANY, LIMITED
ROCKWOOD, ONT.

ETOFFES A COSTUMES pour DAMES
ETOFFES EN FRISE POUR MANTEAUX
FILS A FILEE.

Agents de vente:
MONYPENNY BROS. & CO.
TORONTO. MONTREAL.

Les Gants
de Peau de 

PEWNY

Sont les Gants
dont chaque paire est accompagnée
d'une garantie.

Vous ne coupez aucun
risque en les vendant.

NOUS SOMMES LES SEULS AGENTS

Greenshields Limited,
MONTREAL

***Le COQUET**
Le plus complet des Journaux de Modes
MEMBRE DU JURY — HORS CONCOURS
38^e Année

Texte illustré — Gravures colorées et
Patrons coupés dans tous les numéros
Parait en 7 éditions, hebdomadaires
et bimensuelles de 13 à 66 fr. par an

Les Silhouettes Parisiennes
Edition de grand luxe
7 mois par an | 3 mois Hiver 14 fr.
30 francs. | 4 — Eté 18 fr.

Journal mensuel — le 1^{er}
12 gravures colorées — 1 texte illustré
1 patron découpé

PARIS-FIGURINE
JOURNAL DE MODES
DEUX EDITIONS. — Texte illustré, Figurines colorées
et Patrons coupés dans tous les numéros.
PARAIT LES 1^{er} ET 15, 28 ET 41 FR. PAR AN

Le JOURNAL DES MODISTES
Parait le 1^{er} de chaque mois
Edition française ou étrangère en six langues, 18 fr. par an.

LE JOURNAL DES LINGÈRES
Parait le 1^{er} de chaque mois. — Un an..... 8 fr.
Avec une gravure colorée de 5 chapoux..... 10 fr.

Demandez Spécimens et Conditions d'Abonnements à la
Direction M^{me} A. ALBERT, 6, rue Favart, PARIS, 2^e Arr.



CORSETS
E. T.



Les Nos suivants sont,
par leur fini, leur qualité
et leur prix, des
lignes indispensables à
tous les marchands.

No 175 avec 2 Jarrettières,
en Jane, Blanc
et Gris, superbe com-
me coupe \$1.50

No 226, hanches mili-
taires en Jane, Blanc
et Gris, à \$4.50

No 233, 4 jarrettières,
en coutil fin, Blanc et
Gris, valeur superbe
\$6.50

No 330, sans Jarrettières,
en coutil fin Blanc
et Gris, Valeur extra-
ordinaire \$6.50

No 337, avec 4 Jarrettières, en coutil fin, Blanc et Gris, fini
superbe \$9.00

No 481, Corset pour grosse femme, avec bande abdominale,
en coutil Gris et Blanc \$9.00

nous trouverions que le vêtement fut transformé bientôt en la toge carrée qui est précisément le vêtement extérieur des arabes modernes du désert et la toge carrée est l'ancêtre immédiat de nos vestons à manches. Ce grand vêtement carré ressemble à un immense sac avec un trou à chacun des coins du fond pour le passage des mains. Chez les babyloniens, la toge carrée devint de plus en plus étroite jusqu'à ce qu'elle s'ajustât sur le dos; les bras sortaient par des trous pratiqués aux coins. Pour protéger et pour couvrir les bras, des morceaux d'étoffe furent ajoutés pour former manche; ces morceaux d'étoffe devinrent de plus en plus longs avec le temps, jusqu'à ce qu'ils ressemblaient aux manches des vêtements modernes. Les Babyloniens ont mis plus de 2000 ans à transformer les manches des vêtements.

Un grand bas-relief placé sur la statue des deux derniers rois d'Assyrie est un exemple de cette mode. Maintenant le vêtement s'ajuste au corps, les deux épaules sont couvertes et les bras sont pourvus de manches. Nous n'avons qu'à raccourcir les pans du vêtement et nous avons le vêtement moderne. Les manches ne sont pas la seule chose remarquable du costume. La broderie qui le couvre entièrement est extrêmement riche. Une longue frange borde le vêtement et une ceinture est autour de la taille. C'est alors que les sandales font leur apparition et la calotte pour le crâne s'est transformée en un haut fez brodé ressemblant à un chapeau sans bord. Sur le bras droit est un gros bracelet.

La transformation du costume oriental est ainsi devenue complète. En général, sa coupe ressemble à celle d'une longue chemise de nuit ouverte en avant, avec parfois des manches couvrant les bras. C'est précisément le vêtement de dessous que porte l'Arabe aujourd'hui.

C'est aussi dans l'Orient, non dans les anciens temps, mais à notre époque, que nous pouvons chercher la transformation du pantalon. Vous êtes-vous jamais figuré que les pantalons et la chemise ont la

même origine? C'est pourtant vrai. Cette origine commune est le pagne ou la jupe du vieux roi David. Les pantalons de femmes ne sont pas une invention moderne. Toutes les femmes en Grèce et en Asie-Mineure en ont toujours porté et en portent encore. Cet effet d'habillement n'est autre chose que la jupe qui est réunie aux chevilles et cousue dans le bas, en laissant deux petites ouvertures pour les pieds. Le bas de la jupe étant ainsi cousu, le premier pas a été fait dans la manufacture du pantalon.

L'évolution du costume s'étend ainsi sur une période de plus de 6000 ans. Pour nous qui sommes accoutumés à observer des changements rapides dans la mode, cette lente évolution nous semble presque incroyable. Nous voyons maintenant des changements considérables au cours d'une seule saison. Cependant, pendant les quelques derniers siècles, le costume des hommes et des femmes n'a varié que dans les détails; le type général est resté le même et ce type est celui qui s'est transformé lentement pendant soixante siècles dans le patient Orient qui est presque stationnaire.

UN PRINCIPE DE L'ART DU VENDEUR

On entend souvent dire qu'un homme manquant de jugement peut vendre à un client ce que celui-ci désire, mais qu'il faut un habile vendeur pour vendre au client ce que celui-ci ne désire pas acheter. Cette déclaration a une apparence plausible; mais elle demande réflexion, dit "Shoe and Leather Journal". Est-il juste ou est-ce de bonne politique de vendre à un client ce qu'il ne désire pas? Cet acte même est un de ceux qui ont fait perdre des centaines de dollars à un grand nombre de magasins. Sur le moment, le tour semble bien joué et satisfait, sans doute, la vanité du vendeur; mais il n'est certainement pas profitable.

Les marchands devraient donner instruction à leurs vendeurs de ne pas vendre à un client ce qu'il ne désire pas,

même si l'occasion de le faire se présente. Il y a une exception à cette règle: c'est quand, en fin de compte, la transaction satisfait le client et le rend heureux que le vendeur l'ait convaincu. Par exemple, si un client demande un certain article, avec l'idée erronée qu'il représente une bonne valeur, un style correct et une haute qualité, il est du devoir du vendeur de lui faire comprendre avec tact qu'il se trompe et de lui offrir la marchandise qu'il demande réellement. C'est là que le jugement du bon vendeur vient en aide au client indécis, et si un vendeur se peut pas lui suggérer une idée ou le renseigner sur les marchandises, il manque des qualités qui font un bon vendeur.

D'autre part, si un client demande un article qui n'est pas en stock, et qu'il peut obtenir ailleurs, il serait de la plus piètre politique de l'induire à acheter une ligne qui, plus tard, lui ferait regretter son achat; cependant il y a des centaines de marchands-détailliers qui attendent de leurs vendeurs qu'ils fassent prendre à un client des marchandises, que celles-ci lui conviennent ou ne lui conviennent pas. Leur vanité ne peut évidemment soutenir la vue d'un client qui quitte l'établissement pour entrer dans un magasin rival et y acheter l'article dont il a besoin; ces marchands continuent en conséquence à appliquer leur politique mesquine et à persuader au client d'acheter ce qui ne lui convient pas. Là où on reconnaît les qualités d'un bon vendeur, c'est quand il satisfait un client qui ne sait pas exactement ce qu'il veut acheter.

Un des obstacles les plus difficiles à surmonter en affaires et dans les relations sociales, c'est l'homme qui n'est pas conscient de son ignorance.

Il y a, aujourd'hui, autant de chances que jamais de faire de l'argent au moyen d'une publicité judicieuse—comme question de fait, il y en a davantage.

OUATE EN PAQUETS

Garantie exempte de fils et d'autres matières étrangères inertes.

OUATE DE COTON:

"NORTH STAR," "CRESCENT," "PEARL."

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

ROBERT HENDERSON & CO.,
MONTREAL.

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

SPECIALITES EN ARTICLES D'AUTOMNE

Nous avons maintenant en stock des lignes attrayantes choisies par M. S. HARRIS, dans son récent voyage à l'étranger. . .

VALEURS SPECIALES EN

Bonneterie, Sous - Vêtements, Chales en Soie
Boss en Plumes, Mouchoirs
Tweed et Draps à l'Épreuve de la Pluie
Doublures de Manches, Canevas Français
Costumes en Tweed pour Garçons, Grandeurs 24 à 32

DONNEZ-NOUS UNE OCCASION

L. HIRSHSON & CO.

Acheteurs et Vendeurs de Jobs

Téléphone Bell, Main 5445

MONTREAL

FAUX-COLS, MANCHETTES, ETC.














































EN

"CAOUTCHOUC"

"ARLINGTON"

La Meilleure Fabrication.

QUELQUES-UNS DE NOS STYLES.

 STYLE 159 FRONT 1 1/2 IN. BACK 1 1/2 IN.	 349 2 1/2 IN. 2 IN.	 369 2 1/2 IN. 2 IN.	 243 2 1/2 IN. 1 1/2 IN.	 59 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.
 STYLE 159 FRONT 2 IN. BACK 1 1/2 IN.	 199 2 IN. 1 1/2 IN.	 389 2 IN. 2 IN.	 268A 2 IN. 2 IN.	 39 2 1/2 IN. 1 1/2 IN.
 STYLE 299 FRONT 2 1/2 IN. BACK 1 1/2 IN.	 229 2 1/2 IN. 1 1/2 IN.	 359 2 IN. 2 IN.	 139 2 1/2 IN. 1 1/2 IN.	 449 2 1/2 IN. 1 1/2 IN.
 STYLE ETON FRONT 2 1/2 IN. BACK 2 1/2 IN.	 489 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.	 509 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.	 569 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.	 469 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.
 STYLE ALBION FRONT 2 IN. BACK 1 1/2 IN.	 209 2 IN. 1 1/2 IN.	 REGAL 2 IN. 2 IN.	 359 2 1/2 IN. 2 1/2 IN.	 279 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.
 STYLE 189 FRONT 2 IN. BACK 1 1/2 IN.	 439 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.	 399 2 1/2 IN. 2 IN.	 STYLE CHAMPLAIN 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.	 CHAMPLAIN 2 IN. 1 1/2 IN.
 STYLE 18 WIDTH 8 1/2 IN.	 29 2 1/2 IN.	 9 2 1/2 IN.	 279 2 1/2 IN.	 289 2 1/2 IN.
 NO 9 SIZE 8 1/2 IN.	 NO 10 SIZE 10 1/2 IN.	 NO 10 1/2 SIZE 11 1/2 IN.	 NO 11 SIZE 12 1/2 IN.	 NO 12 SIZE 13 1/2 IN.
 NO 14 SIZE 15 1/2 IN.	 NO 14 SIZE 16 1/2 IN.	 NO 14 SIZE 17 1/2 IN.	 NO 14 SIZE 18 1/2 IN.	 NO 14 SIZE 19 1/2 IN.

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

AGENTS:

DUNCAN BELL
MONTREAL, QUE.

J. A. CHANTLER
TORONTO, ONT.

Hamilton Cotton Co.,
HAMILTON

MARQUE "STAR"

Rideaux en Chenille, Portières et Tapis de Table.

Tapis de Table de Fantaisie et Unis, dans les grandeurs suivantes:

4.4, 6.4, 8.4, 10.4, 12.4

Rideaux et Portières dans les largeurs suivantes:

32," 34," 36," 40," 44," 48," 66," 72,"
et dans toute longueur désirée.

MARQUE "IMPERIAL"

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

Nouvelles Teintes et Nouveaux Dessins pour le Commerce du Printemps.

AGENT POUR LA VENTE:

W. B. STEWART

11 Front St. East, TORONTO, Ont.

NOS BRETELLES

Sont Estampillées
et Etiquetées.



CE QUI EST UNE GARANTIE
DE LA MEILLEURE VALEUR

Si nos représentants ne vont pas vous voir,
demandez-nous des lots échantillonnés.
Satisfaction garantie. Notre Stock de
Boutons est complet dans toutes les lignes.

THE

Berlin Suspenders & Button Co.

BERLIN, ONT.

LA SIMPLICITE DANS LES ANNONCES

Soyez naturel dans votre publicité. Il n'y a pas la moindre nécessité pour employer un langage extravagant ou des épithètes sonores, dit "Commercial Bulletin". Voyez les maisons vendant sur catalogue et remarquez la simplicité qu'elles mettent dans leurs descriptions. Le mot "meilleur" est à peu près la plus forte expression qu'elles emploient, bien qu'elles aillent souvent jusqu'au mot "le meilleur". Quand un annonceur se livre à un style boursoufflé, beaucoup de personnes considèrent cette manière de faire comme un essai pour leur en imposer.

Comme quelqu'un l'a dit un jour, "vous ne voudriez pas rester derrière votre comptoir, pendant que quelqu'un déraisonne au sujet de vos marchandises". Donc, soyez naturel.

Dites simplement ce que vous avez à dire et cela avec autant de force que possible. Le marchand détaillateur est celui qui doit rédiger ses annonces, à moins qu'il n'ait quelqu'un à son emploi ayant fait une étude de la publicité dans les journaux, ou un commis à l'esprit ingénieux, ayant des aptitudes pour ce genre de travail.

Dans la préparation d'une annonce, n'écrivez rien que vos lecteurs ne puissent comprendre. Dites-leur des choses qui ne soient ni profondes, ni stupides; donnez-leur des renseignements simples sur les marchandises que vous avez reçues, sur les occasions du jour ou de la semaine et, avant tout, indiquez des prix.

Ne laissez pas paraître votre annonce une deuxième semaine, sans y apporter de changement et, si possible, sans de nouvelles vignettes. Souvenez-vous que vous devez préparer vos annonces en temps voulu pour que l'imprimeur ait le loisir de faire de son mieux. D'habitude la meilleure disposition d'une annonce n'est jamais trop bonne et, quand une annonce doit être composée à la hâte et au dernier moment, il y a des chances pour que le bon à tirer soit donné sans que l'épreuve ait été revisée; de cette manière, on a une annonce sabotée. Quand une chose vaut la peine d'être faite, elle vaut la peine d'être bien faite.

Ayant pris un contrat pour un certain espace dans un journal, ne croyez pas qu'il soit de votre devoir de le couvrir jusqu'au dernier ponce; donnez à l'imprimeur une occasion d'exercer son talent et de produire une annonce qui aura bonne apparence. Consultez-le et suivez son avis sur bien des détails et, quand l'annonce est composée, lisez en l'épreuve attentivement, critiquez-la, faites les changements qui vous paraissent nécessaires et renvoyez l'épreuve assez tôt pour que les corrections soient faites.

Les annonces avec gravures impliquent certaines lignes beaucoup plus importantes que d'autres et, pour que ces annonces soient bien faites et produisent de l'effet, il faut laisser de l'espace en blanc; mais cela ne veut pas dire que cet espace en blanc doit être gaspillé.

Chaque fois que vous achetez un espace d'annonce et que vous y insérez tous les jours la même vieille histoire, vous le gaspillez.

Chaque fois que vous dépensez de l'argent en publicité et que vous terminez votre annonce par ces mots: "venez et procurez-vous nos prix"; vous gaspillez votre argent. Cessez cette manière de faire, et le plus tôt sera le mieux.

La publicité est le meilleur complément des affaires; c'est une nécessité de notre époque, c'est un moyen et à peu près le seul à votre disposition pour contrebalancer ou essayer de contrebalancer les maisons de détail prenant des commandes par correspondance sur catalogues.

Faites-en un fort usage, mais un bon. Travaillez à votre publicité, mais avez quelque chose à dire, indiquez des prix et employez des vignettes.

NE SOYEZ PAS TROP BON COMPAGNON

Un marchand d'une petite ville ayant fait faillite, certains de ses amis discutèrent la chose et firent cette remarque: "C'est vraiment fâcheux que B... ait fait-il, mais c'est bien de sa faute: il était trop bon compagnon, il dépensait trop d'argent et trop de temps dans la ville avec ses camarades."

Autant que nous avons pu nous en assurer, dit "St. Paul Trade Journal", ce marchand n'avait pas un seul ennemi dans la ville. Tout le monde l'aimait. Son seul défaut, c'était d'être un trop bon compagnon.

Il y a là ample matière à réflexion. Un marchand, pour réussir, doit se faire aimer. Il doit être en bons termes avec toutes les classes de la société, avoir des manières affables; mais il doit se garder de dépasser la ligne dangereuse. Il ne faut pas qu'il fréquente une certaine classe qui causera sa ruine. Il est parfois fort difficile de déterminer la ligne dangereuse, de savoir jusqu'où on peut aller et où il faut s'arrêter; mais l'homme assez clairvoyant pour cela réussira là où l'homme qui va trop loin échouera.

Une règle sûre à observer consiste à être circonspect dans le choix des amis. Ce sont ces amis qui influent le plus sur la vie d'un homme d'affaires en dehors du magasin, bien que peu d'hommes veuillent l'admettre. Il ne semble pas qu'il y ait grand mal à boire un verre avec celui-ci ou celui-là. Ce sont de gais compagnons, mais quelque jour, les

verres se succéderont trop vite et les habitants de la ville le sauront sûrement.

L'homme perspicace choisira avec soin ses amis intimes. S'il a du tact, il pourra rester en bons termes avec tous les autres et conserver leur bienveillance à son égard sans pour cela prendre part à leurs plaisirs spéciaux. Au magasin ou en dehors, il se conduira toujours avec la dignité qui devrait distinguer un homme d'affaires et toujours le désigner comme un des hommes sérieux de la ville, dont l'opinion sur les questions publiques est respectée, et en qui le public a confiance.

Le marchand qui adopte cette règle de conduite ne sera jamais connu comme un "bon compagnon", dans toute l'acceptation du mot; mais, toutes choses égales, il réussira dans la vie et aura toujours le respect et la bienveillance du public.

L'INDUSTRIE COTONNIERE ANGLAISE

L'Annuaire des filatures et tissages de coton du Royaume-Uni, qui vient d'être publié à Oldham, fournit au sujet de l'industrie cotonnière de ce pays les renseignements statistiques suivants:

Le nombre total des établissements engagés dans l'industrie cotonnière, dans la Grande-Bretagne, s'élevait au commencement de 1906, à 1,824, comprenant 48,322,684 broches de filature et 684,811 métiers à tisser.

En 1884, il y avait 1709 établissements pour 40,533,882 broches et 534,403 métiers; en 1892, le nombre des établissements était égal à celui qu'il atteindrait en 1906; on en comptait 1,818, mais ils ne possédaient que 43,554,227 broches et 15,716 métiers. La quantité des broches en activité diminua par la suite. En 1898, elle était tombée au-dessous de 52 millions et le nombre des métiers qui, un moment avait atteint 641,547, se trouvait réduit à 629,942; quant au chiffre total des usines, il avait été ramené à 1,735.

Mais, depuis 1898, on assiste à une reprise constante d'année en année, aussi bien pour ce qui concerne la filature que pour ce qui se rapporte au tissage, de telle façon qu'en 1905 nous obtenions déjà un total de 1,769 établissements pour 45,972,951 broches et 652,166 métiers.

Si maintenant nous comparons ces chiffres avec ceux relevés plus haut, nous voyons une mise en route, en 1905 de 55 usines pour 2,349,733 broches et 32,645 métiers.

Le plus grand accroissement du nombre de broches pendant les douze mois de 1905 est à l'actif d'Oldham, qui en comprend 740,760 nouvelles. Par rang d'importance, Bolton vient après, avec une augmentation de 315,770 broches, immédiatement suivi par Rochdale, avec 241,120.

Sous le rapport des métiers à tisser, Burnley ouvre la voie avec 6,607 unités supplémentaires; Blackburn suit avec 5,137.

Ce développement considérable de l'industrie cotonnière amène les remarques suivantes du "Manchester Guardian", qui s'est livré à une enquête sur les conséquences qui pourront en résulter, au point de vue de la main-d'oeuvre.

Il estime qu'il faut, en moyenne, 2½ ouvriers par 1,000 broches. Partant de ce principe, c'est donc 16,220 ouvriers nouveaux qu'il faudra embaucher pour assurer la marche des 6,448,356 broches récemment construites ou en construction [statistique W. Tattersall]. De même, pour conduire les 40,000 métiers qui sont à additionner, on peut évaluer à 16,500 environ le nombre d'ouvriers nécessaires, si l'on s'en rapporte aux statistiques d'un "Livre Bleu" du gouvernement britannique de 1903, montrant que, pour un total de tissages comportant 700,000 métiers, il y avait 306,000 ouvriers, hommes ou femmes, toutes catégories comprises.

Rappelons ici qu'il n'y a pas d'indus-

trie, en Grande-Bretagne, si ce n'est l'agriculture, qui fournisse autant de travail, directement ou indirectement, à la masse de la population, que le coton, ou qui ait plus d'importance pour tout le système commercial ou industriel de l'Angleterre. La manipulation et l'emmagasinage de la matière première dans les ports donnent de l'occupation à un grand nombre de bras. Les transports répétés au cours de la fabrication nécessitent l'emploi d'une fraction plus considérable encore de la population. Le nombre d'ouvriers employés dans la filature et le tissage s'élève en chiffres ronds à 520,000. Le total de ceux qui sont employés dans les industries subsidiaires ou connexes est plus difficile à estimer, mais il peut se monter à un autre chiffre de 500,000.

On estime cependant que la main-d'oeuvre ne saurait faire défaut dans le travail du coton, et l'on en donne l'explication suivante:

Les ouvriers habiles ont une tendance à abandonner les vieilles usines pour aller travailler dans les nouvelles, où l'organisation du travail étant ordonnée

avec les derniers perfectionnements ils ont toutes chances de voir augmenter leurs gains. A cause de cette migration, il arrive que les établissements d'un certain âge ne trouvent plus, pour remplir les vacances qui se produisent chez eux, que des auxiliaires plus ou moins instruits, dans les pratiques des métiers.

C'est l'inconvénient du système anglais des grandes agglomérations, mais d'un autre côté, cela provoque une sorte d'évolution dont l'industrie, considérée en son ensemble, doit profiter.

Seulement, à ce côté, apparaît de plus en plus évidente l'obligation d'amortir dans un temps très court le capital employé à la construction des usines, les dernières montées bénéficiant toujours des améliorations apportées à la technique en même temps que du concours des ouvriers les plus capables. Ainsi se justifie la méthode américaine de ne jamais traîner à sa remorque des machines ou des outils d'un modèle usé; le maximum de rendement dans le minimum de temps possible, c'est la formule qui y est suivie.

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



M. PLESSIS
Ayez un ardent amour pour les véritables intérêts de la Patrie.



LAFONTAINE
Affirmons nos droits.



CHAPLEAU
N'allons pas négliger nos avantages.

AUTOMNE 1906

Adressez-vous à notre Maison pour tous vos achats

et vous aurez découvert le chemin du Succès.

Nos voyageurs sont actuellement en route avec les plus hautes nouveautés pour l'automne 1906 et le printemps 1907

Draperies Anglaises et Ecosaises
Tissus à Pardessus Unis et de Fantaisie.

VOYEZ NOS

Fournitures en tous genres pour Tailleurs.

DEMANDEZ A VOIR NOS

Vecunas, Cheviots et Serges Noirs

Tweeds et Meltons pour Costumes de Dames
Etoffes à Robes
Tweeds et Draps pour Manteaux de Dames.

Notre Spécialité.

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

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

C. X. TRANCHEMONTAGNE & Cie

315 Rue St-Paul, MONTREAL.

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

L'UNION FAIT LA FORCE



PAPINEAU
"Donnez la préférence aux Produits canadiens"



CARTIER
"Travaillons pour le maintien de nos institutions."



MERCIER
"Employons notre énergie à développer nos ressources."

LES FOURRURES

Les manufacturiers de fourrures ont obtenu beaucoup de succès avec leurs nouvelles lignes pour l'automne. On a constaté beaucoup d'activité et il y a toute raison de croire que les affaires seront en forte augmentation par rapport à l'année dernière.

De forts achats de fourrures sont faits pour la clientèle populaire et témoignent d'un intérêt marqué pour toutes les fourrures brunes imitant la zibeline et le vison. Depuis quelques années on a produit avec habileté un si grand nombre de fourrures imitant les fourrures les plus dispendieuses, qu'il n'y a maintenant aucune restriction aux achats; les genres élégants peuvent être produits dans les fourrures à prix populaires, comme dans les lignes de haute catégorie.

Outre les fourrures brunes habilement imitées, il y a aujourd'hui sur le marché un grand nombre d'imitations d'hermine et de chinchilla, qui plairont à la fois à l'acheteur et à la clientèle. Ces nouveaux produits sont aussi de très bonnes imitations.

Le chinchilla est une fourrure très dispendieuse et très délicate; son imitation, presque parfaite quant à la couleur et aux marques, n'est pas dispendieuse et est très durable.

On voit des fourrures réelles et imitées en chinchilla et en hermine représentant l'animal entier.

Les manchons sont toujours gros et on en voit, ainsi que des fourrures pour le cou, faits de quatre, cinq ou six peaux d'où pendent les têtes, queues et pattes

des animaux. De longues écharpes à doubles et triples extrémités sont offertes en vison, en martre et en leurs imitations. Ces écharpes sont accompagnées de manchons avec petits sacs d'assez grandes proportions ou de manchons de fantaisie garnis de griffes, de queues et de têtes.

On remarque des pélerines en grand quantité. Il y a une tendance pour les fourrures faites des plus grands morceaux. Ceci s'applique aux articles à prix populaires aussi bien qu'aux articles de haute qualité. Il semble qu'il y ait un désir général d'obtenir le plus possible de marchandise pour la somme payée.

L'acheteur trouve plus facile de placer des fourrures d'une bonne grandeur. Aussi les manufacturiers produisent-ils les grands morceaux plus qu'autrefois.

Les petites écharpes pour le cou, présentées l'année dernière comme une nouveauté, n'ont pas obtenu le succès auquel on s'attendait. Cette saison, la tendance est au genre opposé et les fourrures sont plus grandes.

On ne remarque pas un si grand nombre de combinaisons dans les fourrures. Le commerce a un penchant pour les effets plus simples produits avec une seule fourrure; c'est-à-dire que ces effets sont plus simples par l'absence de contraste.

Pour les vêtements en fourrure, les grandeurs moyennes et courtes sont en plus grand nombre que les vêtements longs, à l'exception de ceux destinés à être portés en automobile ou en voiture.

Les modèles en canevas préparés par les principaux fourreurs pour les man-

teaux en "seal" et en astrakan, ont rarement une longueur de plus de 25 ou 26 pouces, et nombre de modèles sont beaucoup plus courts.

Le manteau demi-ajusté, genre poney, est offert par de nombreux fourreurs. Ce manteau sera en seal, astrakan, caracal et en nouvelle peau poney teinte. Cette dernière peau est une des dernières nouveautés dans les fourrures de haut genre. Les teinturiers de Leipzig ont enfin réussi à teindre d'un noir parfait les peaux poney. Les fourreurs de Paris offrent ces peaux comme toute dernière nouveauté et ceux des Etats-Unis en ont importé un certain nombre qui serviront à la confection de courts vêtements de fantaisie, garnis de tresses et de cuir, ainsi qu'à celles de longs manteaux d'automobile, à qui cette fourrure convient spécialement.

On voit des manteaux en fourrure demi-ajustés avec collets à entailles ou sans entailles. On remarque aussi des modèles avec collet rabattu et revers.

Il y a quelque indication de retour au large collet pour les manteaux de fourrure, car certains modèles de haut genre portent un collet Médicis modifié; malgré cela, on voit tout de même des modèles sans aucun collet.

Les manches de la plupart des manteaux de fourrure sont longues, bien que les styles exagérés demandent la manche trois-quarts. La manche gigot de mouton de proportions modérées est celle qui se voit le plus et sera sans doute le modèle accepté par la majorité des acheteurs pour la saison prochaine.

La publicité, c'est la multiplication des ventes.

PAGINATION DES ANNONCES

Arlington Co. [The]	55	Featherbone Novelty Co. [The]	39	Morrice, Sons & Co., D. [The]	13
Baldwin & Partners Ltd., J. & J.	59	Garneau, Fils et Cie, P.	37	McCall Co., D. [The]	5
Barry & Co., Walter H.	9	Goulding, G. & Sons	49	McDougall & Co., A.	27
Berlin Suspender & Button Co. [The]	55	Greenfields Ltd., 1, 11, 31, 53, 60	60	McKinnon, S. F.	43
Brock Co., Ltd., W. R.	2	Hamilton Cotton Co. [The]	55	Paché & Flamand	53
Brodeur, J. D.	17	Harper, W. H.	25	Paquet, J. Arthur	7
Brophy, Cains & Co.	23	Harris & Co.	53	Penman Mfg. Co. [The]	35
Canadian Motor Car Co. [The]	51	Hirchson & Co.	54	Racine et Cie, Alph.	21
Chaley & Orkin	7	Ivey, John D. Co., Ltd.	49	Richardson, A. S.	47
Chipman Holton Knitting Co. [The]	4	Kyle, Cheesbrough & Co.	45	Schofield Woollen Co. [The]	9
Croft & Sons, Wm.	47	MacDonald & Co., John	15	Short & Co.	52
Debenham's [Canada], Ltd.	19	Martel Stewart Co. [The]	52	Tooke Bros.	41
Dominion Suspender Co. [The]	33	Miller Bros. Co., Ltd. [The]	27	Tranchemontagne et Cie, C. X.	57
Dominion Wadding Co. [The]	54	Montreal Embroidery Mfg. Co. [The]	27	Watson Mfg. Co. [The]	59
Ellis Mfg. Co. [The]	45				
E. T. Mfg. Co. [The]	53				

SANS EXAGÉRATION!

C'EST UN FAIT RECONNU DEPUIS 120 ANS

QUE LES LAINES à TRICOTER BEEHIVE

NE PEUVENT PAS ETRE SURPASSÉES

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

Dernières Spécialités:

Laine à Tricoter Double Beehive. Un fil splendide pour vêtements chauds, tels que Chaussettes, Bas, Bas pour Golf, Gants, "Comforters" et Combinaisons. Il a la même longueur et la même épaisseur que le meilleur fil à filer à trois brins, mais est beaucoup plus fort et plus durable à l'usage.

Laine pour "Rugs" Beehive. Une nouveauté pour faire chez soi les Rugs et les Nattes. Retors câblé, fini lustré. Fournie en 3 douzaines de nuances d'art.

Laine Eider Beehive. Un article réellement de choix pour faire des châles et des "wrappers" élégants. Se lave parfaitement et convient particulièrement à la fabrication des corps.

Laine Plume Beehive. Un nouveau fil à Tricoter ou à Crochet. Reproduit l'apparence ondulée d'une Plume d'Austruche ou de l'Astrakan.

White Heater. "2de Qualité de Baldwin," fournie en "Scotch Fingering" 2, 3, 4 et 5 brins; Laine à Filer, 3 brins; Laine pour Corps; et "Pettitcoat Fingering," 4 brins. Laines bonnes, sûres, de haute qualité à un prix populaire uniforme.

J. & J. BALDWIN & PARTNERS, LTD.

HALIFAX, ANGLETERRE

Etablis en 1785

Vente en Gros uniquement

AGENT:

DUNCAN BELL

MONTREAL et TORONTO

Demandez des échantillons

Sous-Vêtements

de Watson

Le "Comble du Confort"

Fabriqués par

The Watson Manufacturing Co.

Limited

Paris, Ont.

TISSUS ET NOUVEAUTES

GREENSHIELDS LIMITED

MONTREAL.

Printemps
1907

Marque

STYLES EXCLUSIFS



Vêtements
Blancs

Shield

AJUSTAGE PARFAIT

ET VALEURS ABSOLUMENT LES MEILLEURES

Choix dans des Centaines de Genres

1907 sera une Saison de Blanc

Notre assortiment complet est entre les mains de nos voyageurs.

NE MANQUEZ PAS DE LES VOIR

Valeurs meilleures que jamais. Pas d'avance de prix, car nous avons fait nos contrats pour les Cotonnades et les Garnitures avant la hausse. Vous en profitez.

AVANT DE PLACER VOS ORDRES, COMPAREZ NOS VALEURS.