

TISSUS ET NOUVEAUTÉS

TISSUES & DRY GOODS



MONTREAL

JUIN, 1912

No 6

ETOFFES A ROBES

Priestley

Les Meilleures Etoffes d'Automne :

**WIPCORDS (étoffes cordées) - SERGES
TWEEDS**

Les principales couleurs :

BRUN - BLEU - NOIR - VIN

En voyant notre assortiment d'étoffes à robes pour l'automne, vous
aurez l'impression exacte de la mode pour la saison prochaine.

GREENSHIELDS LIMITED,

MONTREAL.

Important Avis

NOUS prenons la liberté d'annoncer à nos clients en particulier et au commerce en général, que nous nous sommes assuré le droit exclusif de manufacturer au Canada, le sous-vêtement combinaison en nainsook et toutes autres étoffes.

De plus, nous vous informons que ces articles seront prêts pour livraison le 15 JUIN, DEPUIS \$9.00 LA DOUZAINE EN MONTANT.

Voyez l'annonce illustrée qui paraîtra avec la prochaine publication de ce journal.



The Williams, Greene & Rome Co. Limited.

BERLIN.

Fabriques : Berlin, Waterloo, Hanover.

Les Sous-Vêtements d'Eté de

Tooke

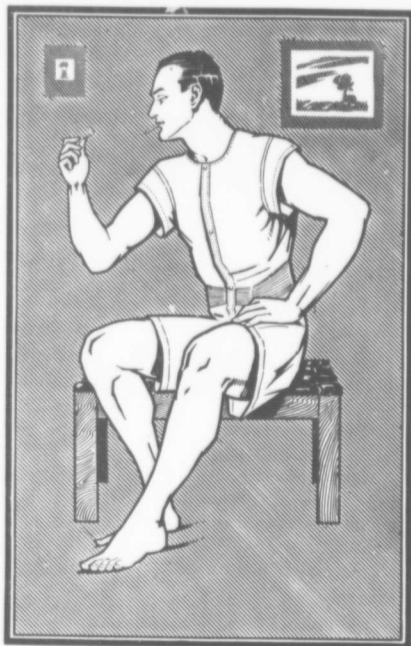
Conviennent à l'homme qui aime le confort.

Ajustables, légers, frais et ouverts à l'air, les sous-vêtements de Tooke s'imposent à vos clients quand vient la saison chaude.

Soit combinaison, soit en deux parties, ils sont faits d'un tissu carreaux léger mais excessivement fort. Quant aux combinaisons, elles sont réunies à la ceinture par une insertion en balbrigan qui leur donne toute l'élasticité voulue.

Cet article de Tooke vous amènera certainement plus d'affaires. Commandez-en tout de suite une bonne quantité et profitez-en le plus possible.

Il peut se détailler à \$1.00 le complet.



TOOKE BROS. Limited,

MONTREAL.

Manufacturiers de Chemises, Collets, Cravates, et importateurs d'articles de mercerie pour hommes.

Magasin à Winnipeg,

- 91 rue ALBERT.



**PROTECTEURS POUR ROBES
DOUBLEMENT COUVERTS
SANS ODEUR**

Le Protecteur à Réputation Nationale

Nous voulons faire connaître le protecteur OMO à tous les marchands.

C'est le protecteur pour robes sans odeur et à couverture double.

Il ne contient pas de caoutchouc, mais il possède sa qualité imperméable sans l'odeur désagréable.

Pas de composition chimique nuisible — Le protecteur le plus pur qui soit.

Fait dans tous les genres et grandeurs pour convenir à tous.

Chaque paire est garantie.

Donnez-nous une commande d'essai et recommandez-les à vos clients confiant en la garantie qu'accompagne chaque paire et vous verrez les résultats : "Des clients satisfaits et permanents" et c'est là ce qui amène d'autres affaires. Ces protecteurs ne peuvent vous tromper car nous vous protégeons ainsi que votre client.

Nous manufacturons aussi des culottes pour enfants, bavettes, draps de lits sanitaires, ceintures tabliers, etc.

Demandez notre catalogue.

The OMO Manufacturing Co.

MIDDLETOWN, Conn., U. S. A.

Manufacturiers de
Marchandises de Qualité

DeGRAFF & PALMER, Agents de vente

222 Quatrième Avenue, NEW-YORK (angle 18ème rue.)
38 rue Sansone, San Francisco.

Tissus et Nouveautés

TISSUES & DRY GOODS

Revue Mensuelle

Publiée par La Compagnie de Publications des Marchands Détaillants du Canada, Limitée, 80 rue St-Denis, Montréal. Téléphone : Est 1185, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux États-Unis \$1.00, strictement payable d'avance ; France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration, et ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arriérages et l'année en cours ne sont pas payés.

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

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

Vol. XIV

MONTRÉAL, JUIN 1912

No 8

UN IMPORTANT PROBLEME COMMERCIAL

DES PRIX UNIFORMES DOIVENT ETRE FAITS PAR LES MANUFACTURIERS

La méthode de prix uniformes fixés par les manufacturiers conduit à l'établissement de prix fixes pour le détail, et la pratique de prix fixes dans le détail permet aux manufacturiers de maintenir une haute supériorité de qualité dans leurs produits. L'application d'un tel principe rend les détaillants capables de réaliser un profit nécessaire et légitime et aide à la suppression des rabais dans les prix, provoquant ainsi une incontestable amélioration des conditions du commerce.

Les prix fixes de détail seront une bonne chose pour tout le monde, même pour le consommateur qui y trouvera une garantie de bonne façon et de qualité. Sans doute, il n'aura plus cette illusion d'avoir acheté exceptionnellement une valeur de \$1.50 de marchandises pour \$1.00. Mais qu'il ne se désole pas ; ce n'était là qu'une illusion, et de la voir s'enlever lui enlèvera pas une cent de sa poche. La méthode du prix fixe dans le détail privera le consommateur du plaisir qu'il avait à discuter du prix avec son fournisseur avec un air de mieux s'y connaître que lui. Mais où est le mal ?

Les prix étant uniformes, l'art de vendre, des commis et des patrons, et le bon service d'une maison seront de forts atouts entre les mains des détaillants dans la partie continuellement engagée avec le client, et ce dernier n'en aura-t-il pas par contre-coup, le bénéfice ? Pour le marchand, chaque ordre pris correspondra à un profit certain et non à un bénéfice problématique et imaginaire ; quant au consommateur, il sera toujours assuré d'une livraison satisfaisante et d'un service empressé, deux choses qui comptent dans tous commerces.

Jetons, si vous le voulez bien, un rapide coup d'oeil sur les conditions présentes du commerce. Les agents de production et de distribution de la marchandise se divisent en trois classes bien distinctes et ayant chacune ses attributions bien circonscrites : le manufacturier qui établit l'article ou le produit ; le marchand en gros qui en assure la distribution et le marchand-détaillant qui le vend au consommateur.

Pour tout homme raisonnant sainement il est bien évident que chacune de ces catégories qui forment le rouage du commerce, qu'elle manufacture, qu'elle distribue ou qu'elle vende un produit, doit s'assurer un profit réel, déduction faite des dépenses occasionnées par la fabrication ou la vente de la dite marchandise.

Le manufacturier qui fournit le capital, le produit, et très souvent se charge des moyens de provoquer la demande doit être

couvert de ces dépenses considérables par la vente de son article et doit en plus de ce remboursement de frais s'assurer une petite marge en sus qui représentera son bénéfice.

Le marchand en gros auquel incombe le rôle de distributeur, de chercheur de débouchés, doit se garantir de ces frais de distribution et obtenir un certain profit rémunérateur de ses efforts et de sa peine.

Quant au détaillant, il doit voir rentrer dans sa caisse tous les frais qu'il expose en location de magasin, soins et précautions pour la tenue de l'article et mille petites dépenses de détail qui représentent parfois un gros montant et qui sont absolument nécessaires pour assurer le débit efficace au consommateur, en même temps qu'il doit lui rester une certaine majoration qui constituera le bénéfice de son entreprise.

Ces 3 classes aussi nécessaires l'une que les 2 autres, pour la production et la dispersion des marchandises dans des conditions normales et satisfaisantes, doivent obtenir un bénéfice à la fois certain et rémunérateur.

Voyons ce qui se passe souvent en réalité.

Un manufacturier marque par exemple un certain article au prix de \$1.00 avec un escompte de 25% pour le détaillant et un escompte de 10% pour le marchand de gros.

Il fait annoncer libéralement par la voie de la publicité que cet article est vendu chez tels marchands à tel prix. On peut penser à première vue qu'une telle gradation d'escompte est des plus correctes et doit donner satisfaction à tout le monde. Le 10% du marchand de gros semble devoir lui être suffisant vu son important débit, et le peu de frais qui lui incombent, tandis que le 25% du détaillant paraît correspondre à merveille à son genre de travail.

Or, il peut se faire (et cela se voit malheureusement trop souvent), qu'un gros consommateur traitant directement avec le manufacturier obtienne de lui un escompte de 25%. Le détaillant qui avait coutume de fournir le dit consommateur ne tarde pas à ressentir la perte de ce bon client et il en apprend le pourquoi, par la suite. Il ne manque pas d'en faire le reproche amer au manufacturier qui lui répond : "Pourquoi n'achetez-vous pas par plus grosses quantités pour bénéficier d'un 10% supplémentaire ? A mon sens, le client dont il est question, de par son importance, a droit autant que vous à une ristourne de 25%".

Le détaillant suit le conseil du manufacturier, achète une plus grosse quantité de l'article dont il s'agit et se hâte de rendre visite à son ancien client auquel il dit : "Pour reconquérir votre clientèle, je vous vendrai le même article 25 p.c. moins cher que vous ne l'achetez précédemment."

Et il obtient un ordre en poussant un soupir d'aise pour avoir sauvé une toute petite partie d'un bénéfice qu'il avait cru à jamais perdu. Mais, ce n'est pas tout. De son côté le marchand de gros s'aperçoit de la diminution soudaine survenue sans raison apparente sur l'article dont nous parlons, il fait une enquête à ce sujet et découvre le mot de l'énigme. Va-t-il se laisser rejeter ainsi de la circulation sans chercher à maintenir sa place au soleil, va-t-il renoncer à la vente de l'article? Non. Il se rend directement chez le consommateur et lui vend toujours le même article au prix primitif avec 25 p.c. et 5 p.c. d'escompte.

Dans tout ce cahos que deviennent les bénéfices des 3 classes qui assurent la production et la distribution?

Pour ce qui est du manufacturier, c'est le plus heureux des trois; son bénéfice ne se trouve pas endommagé directement par cette lutte engagée autour de son produit. Quant à celui du marchand de gros, il descend de 10 p.c. à 5 p.c. tandis que les dépenses de distribution augmentent. Le détaillant lui, doit ou renoncer entièrement à faire des affaires sur l'article choisi, ou bien alors abaisser son profit de 25 p.c. plus 5 p.c., c'est-à-dire le réduire à 5 p.c. tout en couvrant le risque de se charger d'un stock plus considérable que d'ordinaire.

Et dans cette désorganisation complète du véritable système commercial que devient donc ce sentiment judicieux d'un profit équitable pour tous?

Le détaillant, s'il veut conserver sa clientèle, devra subir le rabais considérable consenti par ailleurs et ses ventes manqueront de fortes pertes, parce qu'un 5 p.c. de profits signifie un 20 p.c. de perte si l'on tient compte de ce qu'il en coûte pour tenir un commerce de détail. Sa situation de ce côté est peu brillante et force lui est de se retourner d'un autre côté s'il ne veut pas aller à la dérive.

Peut-être qu'en se refusant à vendre l'article du manufacturier en défaut et en passant une entente dans ce sens avec les autres détaillants, il fera tomber ce système de rabais et supprimera toute combinaison entre le manufacturier et le marchand de gros. S'il peut trouver une autre manufacture qui ne subisse pas cette influence néfaste et ne se prête pas à ce genre de trafic, il pourra refuser catégoriquement de vendre l'article incriminé et faire de la propagande pour un autre. Mais les conditions sont-elles les mêmes et se prêtent-elles aux nécessités particulières du commerce de chacun?

Mais reprenons le rôle du marchand en gros au point où nous l'avons laissé. Il a tôt fait d'apprendre que le détaillant a imité son rabais de 25 p.c. et 5 p.c. Il sait qu'il achète maintenant par grosses quantités et par conséquent paye les mêmes prix que lui. Sa situation n'est pas moins critique que celle du détaillant. Il est acculé à l'inertie. Va-t-il se croiser les bras et se lamenter, sans plus? Non. Il va retrouver le consommateur, objet de tous ces ennuis et lui tient ce propos: "Voici, Monsieur, mon catalogue, ma liste de prix de vente et l'escompte que je fais au commerce de détail; donnez-moi la préférence pour l'article que je vous fournissais autrefois et je vous accorderai mes prix de gros pour tous les articles dont vous aurez besoin et contenus dans ma brochure, vous n'aurez plus besoin d'acheter au détail."

Et le manufacturier que dit-il de tout cela? Qu'en pense-t-il. Ses sentiments en l'occurrence sont plutôt complexes. Il pense que le détaillant en général méconnaît ses propres affaires; donnez-lui un escompte extra, dit-il, et il s'empresera d'en faire profiter son client; il se plaint des méthodes de publicité du manufacturier, et se garde bien de pousser

par lui-même la vente de nos articles, il substitue quand il le peut, tout autre article à nos articles de marque; tout ceci nous force à chercher par nous-mêmes l'écoulement de nos produits, parce qu'il ne s'en occupe vraiment pas sérieusement.

Voici poussée peut-être un peu au noir, mais pas si exagérée qu'on pourrait le croire la situation actuelle. Le manufacturier est sarcastique et tracassier; le marchand en gros est rampant et tremblant, le détaillant est indigné et découragé. En vérité, c'est là une triste situation qui ne saurait conduire à une ère de prospérité en affaires.

Le fabricant lui, se lave les mains de toutes ces perturbations à l'ordre existant dans le commerce. Cela ne me regarde pas, dit-il, j'essaye de plaire à tout le monde et personne n'est content; je sais que mes articles se vendront, j'ai créé la demande et le consommateur les réclamera, dût-il s'adresser directement à moi. Si les marchands de gros et les détaillants s'entrebattent, cela n'entre pas dans mes affaires.

C'est donc aux détaillants de s'entendre et ils devraient nommer une commission choisie parmi leurs membres et qui aurait pour mission d'examiner la valeur des articles qu'ils vendent et d'en fixer le prix normal qui devrait après entente être pratiqué uniformément par tous. Un tel travail confié à des gens expérimentés et on ne peut mieux qualifiés pour un tel établissement, ne manquera pas de porter ses fruits et de changer avantageusement les conditions navrantes que nous constatons journellement dans le commerce.

Ce principe a été appliqué depuis deux ans à New-York, les détaillants se sont groupés étroitement pour lutter contre un état de choses qui menaçait de les ruiner et leur effort a été couronné de succès dans bien des lignes où les prix ont été élevés pour se maintenir à un taux uniforme. Beaucoup de ceux qui se montraient sceptiques quant aux résultats d'une pareille tentative n'ont pas tardé à se convaincre de sa surprenante efficacité. Les résultats ne feront que s'accroître et devenir plus rapides, pour peu que les manufacturiers y mettent un peu du leur.

Pourquoi n'en serait-il pas de même au Canada?

Que le manufacturier fixe un prix uniforme de détail et qu'il insiste pour que ce prix soit respecté et qu'il soit appliqué à tous les consommateurs sans distinction. Sans doute une telle décision marquera un temps d'hésitation pendant quelques semaines, mais à la fin, les affaires reprendront sur une base profitable préconisée et réclamée par tout le commerce du jour.

Si la majorité accepte ce changement bienfaisant, les retardataires et les insoumis seront fatalement amenés à se joindre à leurs collègues plus sages, le prestige d'un article ne fera qu'y gagner et les détaillants aussi.

Quant au marchand de gros, il ne devrait pas s'opposer à une semblable amélioration. Son rôle est, à bon droit, jugé nécessaire et il est l'intermédiaire tout indigné entre le fabricant et le détaillant à cause de ses facilités de distribution. Mais, il ne faut pas qu'il change la nature de sa situation en prenant la place et du fabricant et du détaillant. S'il désempeure les organisations les plus solides, s'il bouleverse les conditions du commerce et cause les plus gros dommages au manufacturier et au détaillant, son rôle devient nuisible et sa suppression s'impose. Mais il n'en n'est pas ainsi, en réalité, il est au contraire tout disposé, croyons-nous, à prêter main forte au détaillant et à entrer dans toute combinaison capable d'améliorer sa situation telle que celle d'un prix de détail uniforme.

LE COMMERCE DE DETAIL CONTRE LES MAISONS A SUCCURSALES.

De nos jours, le commerce de détail, que ce soit dans l'épicerie ou la nouveauté, est en but à une lutte acharnée de la part des établissements de vente à succursales. Ces multiples institutions cherchent peu à peu à prendre la place des petits et des moyens commerçants, et il faut bien avouer que graduellement elles y arrivent. C'est donc un péril contre lequel il est urgent de se défendre énergiquement; c'est une question de vie ou de mort pour les détaillants, et ils ne sauraient accepter cette supplantation sans une résistance désespérée.

Dans une telle lutte le public doit prendre fait et cause pour le détaillant.

A première vue il peut sembler que le public ait plus d'avantages à se fournir à ces nouvelles institutions qu'au marchand ordinaire, la force de leur capital et l'importance de leur débit devant leur permettre de pratiquer des prix plus réduits et par conséquent de diminuer la cherté de la vie.

Et de fait, c'est bien là le cheval de bataille qu'enfourchent volontiers ces grosses sociétés qui ne se font pas faute de clamer à tous les échos le taux modique de leurs produits et l'intérêt qu'il y a pour le consommateur à s'adresser à eux.

On ne saurait trop s'élever contre la prétention qu'ont ces sortes d'établissements de jouer dans notre société contemporaine, le rôle de bienfaiteurs de l'humanité en facilitant aux gens le moyen de se nourrir et de se vêtir à meilleur compte que s'ils s'adressaient dans les maisons spécialistes.

Pour un peu, on dirait que les capitalistes qui les ont fondés n'ont point poursuivi un but mercantile, qu'ils ont été inspirés par les sentiments de l'altruisme le plus élevé!

La vérité, c'est que les établissements de vente à succursales multiples cherchent à faire disparaître les petites et moyennes épiceries et à les absorber en totalité.

Pour arriver à ce but, ils ne reculeront devant aucun sacrifice; ils vendront à perte si besoin est, pendant un certain temps et l'on peut craindre que sous l'effort combiné de toutes ces sociétés, le commerce spécialiste ne vienne à disparaître.

Que les gens à courte vue ne se réjouissent de cet état de choses, nous n'en sommes point étonnés.

Mais les autres, qui réfléchissent? Comment ne comprennent-ils pas que la concentration du commerce en un très petit nombre de mains mène à l'accaparement et au trust?

Le consommateur aujourd'hui, peut se réjouir de la concurrence qui s'établit entre le grand, le moyen et le petit commerce; la lutte engagée par celui-là contre ceux-ci se traduit par un gâchage des prix de vente, gâchage dont le consommateur tire momentanément bénéfice. Oui, mais demain qu'arrivera-t-il? Lorsque le petit et le moyen commerce n'existeront plus que nominale; lorsque les grandes sociétés seront devenues les maîtresses du marché; lorsque la concurrence en un mot n'existera plus, n'est-il pas à craindre que ces sociétés s'entendent entre elles pour relever leurs prix de vente et récupérer les sacrifices qu'elles ont dû consentir à un moment donné, afin d'enlever aux petits et aux moyens commerçants, la clientèle qui s'obstinait à leur rester fidèle?

Il y a dans cette perspective de quoi émouvoir l'opinion publique, et c'est la vision de cet avenir qui doit prédisposer le consommateur à réagir contre l'emprise de ces institutions, en soutenant le détaillant, car le jour où ces conditions déplorable et tyranniques seront devenues courantes, le consommateur pourra se frapper la poitrine et s'accuser d'être dans une large mesure la cause du mal qui le mine.

A L'ASSOCIATION DES MARCHANDS-DETAILLANTS

La section des marchands-tailleurs, succursale de Montréal de l'Association des Marchands-Détaillants du Canada, Inc., a

tenu son assemblée régulière le jeudi 23 mai.

En l'absence de M. L.-J. Soucy, président, M. J.-A. Dion, occupait le fauteuil d'honneur. Après lecture de l'avis de convocation, le secrétaire, M. L.-O. Perrier, donna quelques explications sur les pouvoirs que possèdent les marchands-détaillants du Canada vis-à-vis des marchands de gros qui font le commerce de détail.

En vertu de sa charte, l'Association des Marchands-Détaillants a le pouvoir de prévenir les marchands de gros qu'ils ne doivent pas vendre en détail Le remède à apporter à cet état de choses sera discuté à une prochaine assemblée.

La question des clubs a été également abordée par les Marchands-Tailleurs. On entend par clubs (dans ce sens) les marchands-tailleurs qui distribuent à un certain nombre de clients qui paient un dollar par semaine, des cartes ou séries de cartes donnant le droit aux porteurs de commander—si la chance les favorise—un vêtement de \$18 ou \$20. Ce n'est ni plus ni moins qu'une loterie dont la pratique peut faire du tort à bon nombre.

Les nouveaux membres admis de l'Association, Section des Marchands-Tailleurs, sont: MM. J.-A. Lemay, Oswald Lebeuf, P. Jacobsone, le gérant de la Broadway Tailoring Co., L.-P. Barrette, Georges Marois, A.-H. Beaumont, J.-R. Tremblay, Henri Brabant, Napoléon Leclair.

A la prochaine assemblée, il sera discuté de l'opportunité de fixer des prix uniformes pour la confection des vêtements.

Section des Marchands de Nouveautés.

La section des marchands de nouveautés de l'Association des Marchands-Détaillants a tenu également son assemblée régulière le mardi 11 courant sous la présidence de M. J. O. Gareau. Il y a été question de l'organisation du prochain pique-nique qui aura lieu à l'Île Perrot le mercredi 10 juillet prochain.

A LA CHAMBRE DE COMMERCE

La Chambre de Commerce a repris, le mercredi 29 mai, la série de ses assemblées régulières, interrompues par les élections du 15 mai, puis par la Convention des Chambres de Commerce de la Province, tenue à Trois-Rivières.

M. Armand Chaput présidait.

En faisant allusion au Congrès des Chambres de Commerce de la Province, tenue à Trois-Rivières, M. Armand Chaput, président, s'est fait l'interprète de tous les délégués en déclarant que le Congrès avait été couronné du plus grand succès et qu'on ne pouvait tarir d'éloges sur la façon dont le comité de réception de la Chambre de Trois-Rivières a reçu tous les délégués.

Au cours de la réunion les résolutions suivantes ont été adoptées:

1^{re} Que la Chambre de Commerce du District de Montréal est heureuse de donner son entière approbation et son encouragement au projet émis par les Voyageurs de Commerce, de publier un Annuaire général du Canada, en français et en anglais, dans le but de mieux faire connaître notre pays à l'étranger, et qu'elle souhaite le plus grand succès à la réalisation de ce projet."

2^o Que le Conseil de la Chambre de Commerce réitère sa résolution du 31 mars 1909, et demande aux autorités municipales d'amender le tarif du charroyage des marchandises de façon à pourvoir aux intérêts, tant des négociants qui ont des marchandises à expédier que des camionneurs et charretiers d'express ou d'autres voitures publiques ordinairement employées et requises pour la commodité du commerce.

3^o Que le conseil de la Chambre de Commerce a appris avec un profond chagrin la mort de M. Guillaume Boivin, un de ses membres, ancien vice-président et fondateur de la Chambre de Commerce; qu'il tient à proclamer que M. Boivin fut toujours un citoyen dévoué, jouissant de l'estime générale, et un membre intéressé sans cesse au succès de notre Chambre qui

lui est reconnaissante, pour tous les services rendus.

Que copie de cette résolution soit communiquée à la famille et aux journaux.

Etaient présents:

M. Armand Chaput, président; Adélar Fortier, 2e vice-président; C.-H. Catelli, Damase Masson, Jos. Fortier, Ludger Gravel, J.-O. Gareau, Jos. Ethier, A.-H. Hardy, Emilien Daoust, N.-G. Valiquette, J.-O. Labrecque, Alex. Desmarreau, N. Simoneau, Jos. Filiatrault, W.-U. Boivin, secrétaire, F.-C. Larièvre, L.-J.-A. Surveyer, J.-T. Armand, J.-C.-G. Contant, Léon Gagné, J.-H.-L. Marcell Lambert de Roode.

L'ASSOCIATION DES MANUFACTURIERS

L'assemblée annuelle de l'Association des Manufacturiers a eu lieu, le 13 courant, dans les salles du Canada Club au Board of Trade. M. J. H. Sherrard président.

Les officiers suivants ont été élus par acclamation aux différents postes ci-dessous désignés:

Président, Lt.-Col. Smart; vice-président, M. Howard Murray; T. D. Pontbriand, Sorel, et D. J. Fraser, St-Jean. Les douze membres du conseil qui représenteront Montréal sont: M. M. Wm Rutherford, Wm Rutherford & Sons, Ltd.; R. H. McMaster, Steel Co., of Canada, Ltd.; C. S. J. Phillips, Morton, Phillips & Co.; Geo. Esplin, G. & J. Esplin; L. H. Packard, L. H. Packard & Co., Ltd.; W. J. Sadler, Sadler & Haworth; S. J. B. Rolland, The Northern Mills Co.; T. P. Howard, Phoenix Bridge & Iron Works, Ltd.; F. H. Hopkins, Dominion Wire Rope Mfg. Co., Ltd.; Wm Waugh, Boulter, Waugh & Co., Ltd.; E. A. Robertson, Montreal Cottons Ltd.; et T. H. Wardleworth, National Drug & Chemical Co., Ltd.

Le comité exécutif a ensuite fait son rapport qui est des plus satisfaisants. Le nombre des membres s'est augmenté de 33 durant l'année. Le succès dans le travail législatif tant à Québec qu'à Ottawa, a également dépassé les espérances. Parmi les principales législations qui intéressent l'association, on cite l'acte de Québec sur les corporations commerciales; l'amendement satisfaisant de l'acte des compagnies; l'extension du droit de vote pour les compagnies incorporées dans les affaires municipales et la réduction des frais dans les petites causes.

Le comité exécutif a adopté une suggestion du conseil exécutif de l'Association à l'effet que le secrétaire de la succursale de Montréal, M. H. T. Meldrum, soit nommé secrétaire de l'Association pour s'occuper de la province de Québec et des Provinces Maritimes. Le rapport a été adopté sur motion de M. M. Smart et Jos. Fortier.

Ont pris part à la discussion, M. H. S. Gourley, de Toronto, vice-président; E. T. Nesbitt, président de la succursale de Québec; W. H. Rowley, d'Ottawa, et l'hon. J. D. Rolland, ex-présidents, le maire Rutherford, de Westmount, et plusieurs autres.

LES PETITES INVENTIONS

On ne songe pas toujours à l'importance industrielle que présentent les petits objets dont nous nous servons à tous moments et aux sommes considérables qu'elles ont fait gagner à leurs inventeurs ou... leurs constructeurs.

Le patin à roulettes, par exemple, dont le succès fut invariablement, rapporta un million de dollars à son propriétaire.

On dit qu'Harvey Kennedy, qui lança le lacet de souliers gagna plus de deux millions de dollars à cette opération.

L'inventeur d'épingle de sûreté qui, paraît-il, trouva son modèle sur une fresque de Pompei et eut l'idée vraiment géniale de la faire breveter, gagna facilement une dizaine de millions de dollars.

Qui croirait qu'on a pu avoir \$50,000 de revenus pendant plusieurs années, en vendant une balle munie d'un élastique, et faire près de 1/2 million de dollars annuellement de bénéfices avec des pièces métalliques se fixant au talon et à la pointe des souliers pour les préserver de l'usure!

A côté de ces auteurs qui ont réellement profité de leur invention, il en est d'autres, et c'est la grande majorité, dont les efforts et le travail n'ont guère servi qu'à enrichir les industriels habiles qui ont exploité leurs brevets. Tel fut par exemple, le malheureux qui vendit 500 dollars sa patente des oeillets à crochet pour les souliers, petite invention qui rapporte encore des millions à la compagnie exploitante.

LES RAVAGES DU FEU AU CANADA—COMMENT Y REMEDIER

Pendant les quatre premiers mois de la présente année, la valeur des propriétés détruites journellement par les flammes est de \$68,258.

Huit millions 1/4 de dollars en quatre mois, voilà un joli denier offert au dieu du feu en fumée. C'est cependant là l'exacte vérité, nullement amplifiée.

Voici les pertes suivies au Canada par le feu, mois par mois.

Janvier	\$3,002,650
Février	1,640,153
Mars	2,261,414
Avril	1,355,055
Total des 4 mois	\$8,259,272

Le fait à noter de ces pertes, c'est qu'elles augmentent annuellement par bonds formidables.

Les chiffres ci-dessus donnés sont supérieurs de près de trois millions à ceux des quatre premiers mois de 1911—exactement \$2,897,397.

Nous efforçons-nous de réduire ces pertes? Voilà la question importante. Pour arriver à un résultat dans ce sens, il faudrait ordonner une révision de toutes les bâtisses non conformes aux règlements de la protection du feu.

La seconde mesure à prendre serait d'appointer des officiers (non des fonctionnaires) pour faire observer rigoureusement le règlement de préservation du feu en ce qui concerne les bâtisses.

Nous, canadiens, dans la plénitude et l'emportement de notre prospérité, nous apportons trop peu d'attention à cette mortelle perte économique du feu.

Il est temps que nous nous y arrêtons cependant.

Aux Etats-Unis, la plupart des Etats ont des inspecteurs du feu qui examinent les causes de chaque incendie, poursuivent les incendiés et ordonnent la démolition des bâtisses qui sont une menace de feu.

Ils conservent aussi une liste des personnes déjà victimes du feu et il y a peu de compagnies d'assurance qui assureraient la propriété de quelqu'un victime de feu d'une origine suspecte.

Au Canada, la seule Province ayant un inspecteur des incendies est le Manitoba.

La Province de Québec devrait bien considérer que la dépense occasionnée par un tel poste, est loin d'être inutile, que c'est bien au contraire le meilleur placement qu'on puisse faire d'une très minime partie du budget provincial.

LA CONVENTION DES CHAMBRES DE COMMERCE

M. J.-O. Gareau, président de la Section des Marchands de Nouveautés de Montréal, traite la question d'une loi de faillite uniforme

La convention des Chambre de Commerce s'est tenue à Trois-Rivières, les jeudi et vendredi, 23 et 24 mai dans la salle principale de l'hôtel-de-ville.

A l'ouverture de la première séance, M. G.-A. Vandry, président de la Fédération, présente les délégués au maire, M. Normand, qui leur souhaita la plus cordiale bienvenue.

Compte-rendu est d'abord donné du travail accompli, et un exposé donné des travaux à accomplir.

M. Boulais prononce un discours sur les inondations, et M. J.-O. Picard, de Québec, appuie ses remarques, aboutissant à l'adoption d'une résolution demandant au gouvernement d'augmenter le nombre des brises glaces ainsi que plusieurs autres résolutions importantes.

M. J.-E. Robert, M.P.P., demande que le gouvernement fédéral vienne en aide aux municipalités qui subissent des dommages par suite des éboulements sur le Richelieu.

Après visite des principaux établissements de la ville, les délégués sont conviés à un banquet, présidé par M. J.-A. Pelletier, président de la Chambre de Commerce de Trois-Rivières.

Assistaient à ce banquet, le maire, M. Normand, M. I. Préfontaine, M. Armand Chaput, l'hon. Jacques Bureau; MM. J.-V. Boulais, A. Fortier, Ed. Robert, T.-D. Bouchard, G.-A. Vandry, J.-A. Tessier, M.-P. Dubuc, de Chicoutimi, et Marsh, de Québec, etc.

Parmi les discours prononcés à la seconde séance, il convient de détacher celui de M. J.-O. Gareau, sur l'importante question de la loi de faillite.

M. J.-O. Gareau rappelle les travaux exécutés à ce sujet par MM. Catelli et O.-S. Perrault, deux ex-présidents de la Chambre de Commerce du District de Montréal, et formule diverses opinions dont nous résumons les plus importantes:

"A la troisième réunion de la Fédération, pour faire suite au travail élaboré par M. Perrault, le bureau de direction de la Fédération, qui avait été chargé de préparer un projet de loi de faillite pour étude, avait, dans le courant de l'année 1910-1911, conformément au désir de la convention précédente, fait un travail très minutieux sur cette question et le projet fut soumis à la considération des délégués de la convention.

Ce projet de loi, qui est très complet et qui a nécessité un travail considérable, est consigné dans le rapport de la convention 1911 à la page 75.

"Je puis vous assurer, dit-il, que la Chambre de Montréal, qui avait préparé ce projet et qui attendait les suggestions des Chambres-Sœurs, n'a pas cessé de le tenir bien en évidence sur son programme.

Et elle ne sera pleinement satisfaite, sur cette question, que lorsqu'une loi sévère, mais équitable et juste, pour le débiteur comme pour le créancier, sera couchée sur les statuts de notre pays.

Lorsque nous constatons l'augmentation extraordinaire, journalière de l'immigration cosmopolite qui amène avec elle un contingent de commerçants à mentalité différente, il est plus urgent que jamais de protéger nos propres commerçants ainsi que les étrangers qui viennent dans notre pays, nous y apportant leurs capitaux et leur énergie, par une bonne loi de faillite, claire, précise, sans complications et qui sera une protection pour tous les intéressés.

La famille sociale au Canada, je la compare à un immense arbre avec un tronc robuste dans lequel coule une sève féconde et sur lequel viennent se greffer, chaque année, de nouvelles branches.

Ces branches qui sont dans un état de développement extraordinaire, grâce à la sève excellente du tronc, sont les cultivateurs, les classes ouvrières, les compagnies de transport, etc., etc.

Le tronc robuste, la vie même de l'arbre, c'est le commerce. Maintenant, messieurs, dites-moi comment se fait-il que nos arboristes fédéraux donnent tant de soins aux rameaux et négligent tant le tronc?

Nous ne sommes pas jaloux si ces messieurs ont obtenu des commissions permanentes pour veiller à leurs intérêts, mais je dis qu'il est juste que le commerce, qui est le cœur,—l'âme si vous le voulez,—de notre pays, ait aussi la sienne qui serait composée, en majorité, de commerçants connaissant les besoins multiples du pays et à qui pourraient être soumises toutes les grandes questions commerciales telles que celle qui nous intéresse dans ce moment et les questions de tarif, de douane, d'assurances, taxes, etc., etc.

Pour revenir à mes moutons, la loi française, 27 juillet 1882, d'après l'encyclopédie de Troussot, divise en deux classes les commerçants malheureux qui cessent de faire leurs paiements:

LE FAILLI ET LE BANQUEROUTIER

Le failli est le commerçant que des malheurs imprévus ont obligé d'avoir recours à un concordat et qui peut, après preuve de sa bonne foi, obtenir sa décharge et ne perd pas ses droits civils et politiques.

Le banqueroutier simple, celui qui devient insolvable par ses extravagances personnelles, ses endossements, ses risques à la Bourse, défaut de ne pas tenir de comptabilité, etc., son cas est du ressort des tribunaux de corrections, à prescription après cinq ans pour ses dettes et il ne peut reconquérir sa réhabilitation et ses droits civils et politiques qu'au moyen d'un jugement par les mêmes tribunaux, après avoir satisfait tous ses créanciers.

Le banqueroutier frauduleux, celui qui cache ses biens, qui est coupable de faux ou qui conspire avec des tiers contre ses créanciers, etc., tombe sous la juridiction de la Cour d'Assises, est puni des travaux forcés, est disqualifié pour la vie de ses droits civils et politiques et n'est libéré de ses dettes qu'après dix ans, toujours avec disqualification.

L'Encyclopédie Britannique nous montre que les Lois de Faillite existent en Angleterre depuis Henri VIII et qu'elles sont semblables à la loi française dans les considérations de la mise en faillite, mais la condamnation à la prison a été abolie depuis l'Acte consolidé des Faillites de 1859.

Aux Etats-Unis, il existe une Loi de Faillite Fédérale.

Tous les pays civilisés ont sur leurs statuts des lois de faillite plus ou moins parfaites.

Le Canada, sur qui le monde a les yeux fixés, où l'immigration, sans cesse grandissante accourt pour y investir ses capitaux et y établir des affaires, a besoin d'une Loi de Faillite qui sera de nature à inspirer la plus grande confiance aux capitalistes, en même temps que la plus grande protection aux créanciers, une sécurité absolue et un crédit raisonnable aux commerçants honnêtes.

Ici, M. J.-O. Gareau cite un article inspiré par les hommes d'affaires d'Ontario, paru dans le "Dry Goods Review", Toronto, ter mars, 1912, intitulé: "Amendons la Loi de Faillite."

Unissons donc nos efforts dans ce but, ajoute M. J.-O. Gareau.

Le travail déjà fait l'an dernier, dit-il comme conclusion, n'est peut-être pas le "Nec Plus Ultra" de ce que nous pourrions désirer, mais il peut parfaitement servir de base à un projet qui devrait être soumis incessamment à chaque Chambre de Commerce, Board of Trade, Associations de Marchands de

Gros et de Détail et de Manufacturiers de notre province et des provinces-sœurs.

Je suggère aussi que lorsque chaque Association aura bien mûri le projet, un comité provincial, composé de délégués de chaque association se prononce sur le projet et qu'ensuite, ce comité provincial nomme un ou deux délégués qui seraient chargés de représenter les vues de leur province, devant un comité fédéral qui enfin soumettrait le projet au gouvernement.

Je crois, monsieur le président, que cette suggestion d'une

Loi de Faillite uniforme devrait être mise à l'étude et que cette question étant une des plus importantes, au point de vue de l'avenir du commerce canadien, elle mérite d'être bien mûrie avant d'être mise sur les Statuts de notre pays.

Mais aussi elle se recommande, pour la même raison à notre attention spéciale et il appartient à cette Fédération de démontrer aux Chambre Sœurs des autres provinces et au gouvernement la nécessité d'une action commune et immédiate pour la réalisation de ce projet important.

LES VITRINES

LA VALEUR DES ECLAIRAGES DE NUIT DANS LES VITRINES

Les marchands détaillants qui le plus souvent apportent un soin particulier à l'arrangement de leurs vitrines et s'ingénient à trouver des dispositions gracieuses et originales qui ne peuvent manquer de plaire au public, n'ont en vue que l'attraction qui naîtra d'un tel travail pendant le jour, peu ont la pensée de prolonger cette efficacité pendant les heures de nuit au moyen d'un éclairage bien compris. C'est là une négligence qui peut réduire sensiblement le chiffre d'affaires d'un détaillant, et si c'est une question d'économie, on peut dire qu'elle n'est guère justifiée, car une telle suppression de lumière peut priver le négociant de ventes qui eussent comblé et bien au-delà, la petite dépense occasionnée par cette pratique.

Le raisonnement pour prouver la valeur de cette illumination est des plus simples à faire.

D'abord, il est incontestable que beaucoup de personnes sont retenues au cours de la journée par leurs occupations et n'ont pas le temps de flâner sur les rues, boulevards et avenues, avec l'unique but de satisfaire leur curiosité et plonger leurs yeux avides d'achats dans les vitrines. Si les hasards de l'itinéraire qu'ils ont à suivre pour se rendre à leur travail font passer des patrons ou des employés devant des vitrines attractives, il y a beaucoup de chances pour qu'ils n'y prêtent aucune attention, et l'on ne saurait vraiment dire qu'ils aient tort, car s'ils devaient s'arrêter à tous les magasins sur leur passage et y faire une petite halte admirative, leur temps de travail y suffirait à peine et ils passeraient leurs journées comme des écoliers indisciplinés à faire l'école buissonnière. Tandis que le soir, une fois le labeur terminé pour tous (car tout le monde travaille, même les riches) est-il rien de plus délassant de parcourir de l'allure lente d'un promeneur, telle ou telle rue, en s'arrêtant aux devantures intéressantes pour admirer? Et c'est ainsi que chaque soir un essaim grouillant de gens peu hâtifs se répand dans les rues des villes, allant instinctivement aux devantures ruisselantes de lumière quels que soient les articles mis en montre et quelle que soit la ligne exposée.

Ne croyez pas qu'en s'arrêtant aux divers magasins la personne curieuse ait l'intention ou le désir d'acheter; non, mais le désir peut naître de la vue d'un objet, d'un article ou d'un produit, il se peut même que la personne qui regarde une vitrine n'ait nul besoin pour l'instant, de ce qui s'y trouve, mais elle est fort aise d'apprendre que vous tenez tel article ou produit qu'elle a vainement cherché ailleurs, et elle ne manquera pas, le cas échéant, de rendre visite à votre magasin. Votre adresse n'est pas notée dans son calepin, mais votre vitrine est gravée dans ses yeux et dans sa mémoire, ce qui vaut beaucoup mieux.

Il est bon de remarquer aussi qu'aux heures du soir, la pensée déliée des soucis du travail est beaucoup plus disposée à l'observation minutieuse de ce qui attire le regard, c'est volontiers que l'homme le plus affairé s'arrête un instant à examiner quelque chose qui l'intéresse particulièrement et dont souvent

il projette l'achat immédiatement.

Cet appel au public est certes des plus efficaces, et les tout petits magasins qui n'ont que quelques pieds de devantures sur la rue, peuvent profiter du soir pour "paraître" autant que les plus grands et pour arrêter le regard du passant aussi sûrement que les plus spacieux des magasins; il leur suffira pour cela de disposer dans leur vitrine un jeu de lumières joliment combinées et dont l'éclat ne le cédera en rien à celui des voisins plus conséquents.

En outre de cette facilité qu'ont les gens, le soir, de s'arrêter aux devantures et d'admirer tout à leur aise les choses exposées, il convient de dire que la plupart des objets gagnent souvent à être vus sous ce dôme de lumières artificielles et que les mille rayons qui tombent des ampoules électriques les avantaient presque toujours. L'aspect général des devantures y gagne aussi en agrément pour la vue, le brusque contraste des parties brutalement éclairées et des autres rejetées dans l'ombre, n'est pas désagréable à regarder, le scintillement de tout ce qui miroite et paraît plus brillant sous la lumière des lampes que sous celle du jour, donne à certains magasins des aspects féériques; les alignements semblent plus réguliers et plus corrects, les métaux ont plus d'éclat, les emballages sont plus plaisants, les formes des objets se dessinent plus nettement soulignées qu'elles sont d'un trait d'ombre, les bijoux ont plus de feu, les étoffes, les cuirs, ont des reflets plus impressionnants, et il en va ainsi de tout ce qui constitue les étalages des devantures dans toutes les lignes possibles et imaginables.

Il est même certaines catégories d'articles qui ne peuvent être exposées d'une façon vraiment effective que le soir, comme par exemple, les lampes et abat-jour de fantaisie, les imitations de bois consommé en matières incombustibles pour chauffage par le gaz, etc.

Il est donc sage pour le commerçant, soucieux de réussite, de mettre à profit cette occasion quotidienne qui lui est offerte, de mettre en valeur ses articles et produits et de faire remarquer la bonne tenue de son magasin.

L'éclairage devra être réglé selon la nature des produits ou objets exposés, intense, ou légèrement voilé, éclatant ou diffus, permanent ou changeant, mais toujours empreint d'un certain cachet artistique et marqué au coin du goût le plus parfait.

Mais dans ce procédé, comme dans tout d'ailleurs, il faut éviter la médiocrité, il est préférable de laisser sa devanture plongée dans l'obscurité plutôt que de l'éclairer chichement et pauvrement.

L'éclairage des vitrines, le soir, est un puissant auxiliaire de la vente, il plaide la cause des marchandises aussi sûrement qu'un bon commis de vente.

Il est bon et sage de viser à l'économique et de veiller à ce qu'il ne soit pas fait de frais inutiles dans son magasin, mais il faut bien se défier d'exagérer cette retenue qui, de qualité qu'elle est, pourrait devenir un grave défaut fort préjudiciable à vos affaires. Sachez être économe sans parcimonie.

A TRAVERS LA MODE

COSTUMES POUR LA PROCHAINE SAISON

Les premières nouveautés sont déjà entre les mains des voyageurs de commerce. — Peu d'ordres sont enregistrés.

Bien que beaucoup de manufacturiers ou leurs dessinateurs soient à l'étranger en quête de nouvelles idées pour la saison à venir, beaucoup des premières lignes de costumes pour l'automne sont déjà présentées par les voyageurs.

Les ordres pris tôt dans la saison ne sont pas très conséquents. On pouvait s'y attendre car les acheteurs continuent à s'en tenir à la réserve qu'ils ont adoptée pendant ces dernières années. D'ailleurs l'intention des manufacturiers n'est pas d'obtenir maintenant des commandes importantes. Ces visites d'avant-garde faites par les voyageurs ont pour but de familiariser le commerce avec les nouvelles lignes et de susciter un intérêt suffisant pour provoquer la visite des acheteurs aux salles d'exposition des fabricants. A ce point de vue les bénéfices d'une tournée prématurée sont loin d'être à dédaigner.

Robes pour le commencement de l'automne.

Il n'y a que les robes destinées à être détaillées à des prix moyens et populaires qui aient été offertes pour le commencement de l'automne.

Ces vêtements sont surtout établis pour le port de la rue, bien que dans ces lignes soient compris quelques modèles de chiffon, de messaline et de satin de nuances légères.

Les serges viennent de nouveau en tête du mouvement, les couleurs taupe, bleu marine, brun étant les favorites alors que le noir est également largement représenté.

Les messalines conviennent parfaitement aux modèles simples étant ordinairement employées avec une fine rayure blanche ou de teinte formant contraste.

Les charmeuses sont très appréciées de la majorité des manufacturiers et il y a une montre importante de ce genre dans les meilleurs numéros.

Le crêpe de Chine prend résolument les devants et les broadcloths légers font partie des vêtements de prix moyens. On pense cependant généralement que les meilleures qualités de broadcloth se rencontreront dans les articles de prix élevé.

Les lignes régulières d'automne sont lancées vers le 15 juin et la plupart sont marquées à un degré considérable par les velours à cotes (velveteens) et les coréuroys.

Les chiffons, les grenadines de fantaisie, les voiles de couleur, les crêpes de brocard et les satins, les crêpes charmeuses, les velours unis et de fantaisie sont parmi les tissus en faveur pour les robes d'automne et de l'hiver à venir.

QUELQUES STYLES PANIER

Les robes d'automne présentent des modèles gracieux de paniers modifiés.

Il n'y a plus d'hésitation à avoir sur le port des draperies genre panier, car ce style a été jugé pratique en même temps que des plus gracieux.

Les paniers ont l'ampleur nécessaire qu'ils comportent, arrangée de telle manière que les hanches restent parfaitement plates, le drapage étant disposé à la hauteur du genou.

Quelques-uns de ces styles appelés paniers modifiés tombent tout droit en bas, au lieu d'être drapés et sont simplement coupés dans la forme évasée qui caractérise le panier, ils présentent ainsi un effet fuyant sur le devant avec un fini en pointe au centre de derrière.

Quelques modèles de paniers sont détachables et l'idée de cette modification facultative n'est pas mal venue car elle permet l'emploi du panier tout comme son retrait, donnant ainsi deux effets différents de la même jupe.

Dans ces derniers modèles, le panier est attaché à la ceinture, la robe étant confectionnée par-dessous comme une jupe ordinaire en permettant le port comme un simple modèle avec pans légèrement froncés, les seules garnitures consistant en bouffants, plissures ou simple ourlet dans le bas.

Il existe tant de dessins de paniers qu'il est difficile de dire celui qui prévaudra; mais à en juger par les échantillons prêts actuellement on peut penser que les effets de coupe évasée obtenus par le croisement du drapage sur le devant seront les plus en faveur.



Nouveau manteau de soirée.—La partie supérieure est faite de dentelle et forme aussi les manches; le corps du vêtement est en soit brochée couleur champagne; les revers et les manchettes sont en velours noir.

LA ROBE ETROITE.

Quoiqu'on en dise, la robe étroite n'est pas morte, chaque année on annonce sa disparition et elle renaît légèrement modifiée plus en vogue que jamais; déguisée pour la prochaine saison de minuscules paniers elle demeurera la préférée entre toutes et verra luire encore de beaux jours.

LES EFFETS DE COMBINAISON.

Un des faits marquants de la mode pour les costumes d'automne.

D'après les renseignements reçus de l'étranger, il y a une forte tendance à l'emploi, pour les costumes, de deux tissus d'espèce différente ou de couleurs contrastantes.

Par exemple, une veste de satin blanc avec une jupe de drap noir, ou bien une jaquette de taffetas de couleur avec une jupe de voile blanc ou vice versa.

Ici, cette idée est développée pour la saison d'automne par l'emploi de velours et de broadcloth, de satin et de broadcloth et de tissus de fantaisie et unis. Cette manière donne naissance à de très gracieuses combinaisons et on en confectionne un bon lot pour la saison prochaine.

On peut croire que ces modèles s'adresseront surtout à la haute société et les manufacturiers d'articles à prix populaires n'ont pas fait application de cette idée dans leurs lignes d'automne, du moins jusqu'à présent.

STYLES EN COSTUMES

Les costumes avec jaquettes à coupe évasée longues de 32 pouces prédominent dans les nouvelles lignes.

Les complets avec jaquettes longues de 32 et 34 pouces sont ceux qui attirent le plus l'attention pour la saison prochaine; les jaquettes sont faites le plus souvent en effet évasé.

Le col Robespierre est employé de plus en plus et les acheteurs sont favorablement disposés à son endroit.

Ce col est généralement retenu à un petit gilet fait de velours de broadcloth ou de satin ou d'une garniture semblable à celle de la robe.

Les effets de ceintures rencontrent de nouveau la faveur du public, principalement les demi-ceintures de dos.

Les jupes des costumes sont en grande variété, l'introduction des plis ouvrant un large champ aux dessinateurs.

Certaines jupes ont de larges panneaux avec des groupes de plis entre chacun d'eux; d'autres sont garnies de plis sur chaque côté devant et derrière; quelques-unes n'en ont que d'un côté.

On voit aussi des modèles de jupes complètement à plis.

Les jupes plissées en accordéon se font également, mais beaucoup d'étoffes ne conviennent pas pour ce genre et sont trop lourdes pour cette forme de plis.

Les paniers modifiés sont employés dans les modèles habillés et la plupart des manufacturiers pensent qu'ils ne feront que croître en faveur à la prochaine saison.

VETEMENTS DE DESSUS POUR L'AUTOMNE

On remarque beaucoup de numéros en tissus velus et en drap.

Il n'y a eu qu'une faible somme d'affaires faites en vêtements séparés pour la saison prochaine, mais la tendance est excellente pour vêtements de dessus et les manufacturiers se préparent en conséquence.

Pour l'instant l'intérêt se porte presque exclusivement sur les qualités populaires. Les représentants des maisons qui se spécialisent dans les pluches, les caraculs et autres tissus velus, ont pris d'excellents ordres dans les sortes moyennes et bon marché et on espère également que les meilleurs numéros se vendront aussi largement.

On constate des conditions semblables en ce qui concerne les manteaux de drap. Les principaux achats ont été faits pour les sortes à prix populaires. Ces derniers sont représentés par les chinchillas, les effets rugueux de fantaisie, les zibelines, les lourdes serges et les cheviottes.

LES MANCHES LONGUES PREDOMINENT

La pleine longueur des manches caractérise la plupart des nouveaux manteaux, robes et vestes d'automne.

La question de la longueur des manches a été pratiquement réglée, si l'on en juge par la quantité de manches longues figurant dans les lignes d'échantillons de la nouvelle saison. Ceci s'applique aussi bien aux manteaux qu'aux vestes et corsages.

L'ampleur des épaules est vue à un degré considérable de pair avec les nouvelles manches, quoique le style ajusté soit aussi représenté. La préférence se porte sur une manche modelée au bras au-dessous du coude, des petits boutons étant souvent posés à mi-chemin du coude pour garnir le dessous de la manche jusqu'au bord.

D'autres modèles ne sont pas si étroitement ajustés et comportent une manchette retournée au poignet et une ruche tombant nonchalamment sur la main.

Le style mousquetaire est adopté dans certains tissus, tels que le chiffon, le satin et le crêpe, le dessus de la manche étant ouvert de l'épaule au poignet.

Certaines manches sont découpées, et laissent voir des entre-deux de tissus de nuances contrastantes ou de garnitures.

Les boutons sont employés à profusion, ordinairement en effets d'ornements.

Toutefois, les manches de trois-quart ne disparaîtront pas complètement, et les vêtements habillés se feront avec des manches de $\frac{3}{4}$ aussi bien qu'avec des manches de pleine longueur.

De fait, la longueur des manches, dans les articles supérieurs, dépend surtout de la coupe du vêtement, et la forme ample avec épaules ou genre kimono réclamera une manche plus courte que les styles ajustés.

LES CORSAGES POUR LA PROCHAINE SAISON.

Une large variété de tissus est employée pour blouses et corsages.

Les chiffons, soit en uni, soit en fantaisie, tiennent encore la tête pour les corsages habillés. Les manufacturiers n'ont rien trouvé dans les autres tissus qui put prendre la place du chiffon. La plus grande partie des nouveaux modèles habillés sont faits de chiffon ou d'une combinaison de soie et de chiffon.

Les corsages de charmeuse seront de bonne vente, ainsi que ceux en crêpe de Chine, en dentelle d'allover et en satin.

Les soies de fantaisie sont employées en assez grosse quantité et l'on rencontre dans ces lignes quelques taffetas, spécialement en noir.

Les corsages en voile, en lingerie et en toile seront portés avantageusement pendant l'hiver et les manufacturiers ont établi de jolies lignes dans ces genres de tissus.

Les manches longues et les cols hauts sont les signes caractéristiques de presque tous les corsages, bien qu'on en remarque cependant avec des manches de trois-quart et des encolures dégagées.

Une grande quantité de boutons est utilisée en effets d'ornements et des plissés de dentelle finissent souvent le bas des manches et l'encolure.

LES GARNITURES DE ROBES

LES GARNITURES DE ROBES

Les producteurs étudient soigneusement les indications de la mode pour l'automne

En ce moment peu d'affaires sont traitées en garnitures de robes. Les affaires de la saison courante sont terminées et celles de la saison d'automne ne sont pas encore commencées. Les représentants des grosses maisons du Canada et des Etats-Unis sont actuellement en Europe pour recueillir des indications précises permettant d'établir une série de styles pour la prochaine saison.

Les petites boules de coton en crochet sont à peu près uniquement le seul ornement actif de l'été. Elles se sont vendues largement dans les plus simples formes et à un degré moindre dans les effets de fantaisie.

Les franges

Personne ne sait à cette heure quelles seront les garnitures qui seront populaires à l'automne, mais beaucoup de fabricants et d'importateurs parlent à mots couverts des franges. Les franges de boules de soie et les styles de soies rugueuses avec noeud sont tenues en bonne estime et mentionnés favorablement. On pense que la demande se portera surtout sur les largeurs moyennes et étroites.

Garniture de pierres du Rhin

Les confectionneurs de robes commencent à lancer les tissages d'argent, les bandes de cristal et les franges de cristal principalement en largeurs étroites.

Les pierres du Rhin seront vraisemblablement en forte demande aussi bien en bandes de fantaisie que comme ornement séparé. Sous cette dernière forme, elles seront employées comme boutons.

On a grande confiance également dans les tuniques en or, argent et jais.

On remarque une tendance à la rénovation de la tresse et Paris semble être favorable à cette forme d'ornement.

Comme point marquant, on peut encore noter une préférence pour les lourds effets frappants de rayures plutôt que pour les mélanges.

Les pierres de couleur ne seront pas négligées, parmi celles-ci, les pierres bulgares tiendront le pas.

Les effets ondulés jouiront d'une vogue enviable.

BONNE ATTENTION POUR LES CEINTURES.

La mode préconise l'emploi de ceintures sur les robes de la prochaine saison.

Le fini-ceinture croît rapidement en faveur pour les robes élégantes du dehors; de fait, quelques-uns des plus gracieux modèles offrent des effets de ceinture, cette dernière étant souvent faite du même tissu que la robe ou combinée parfois avec différentes espèces de cuir.

Cette introduction des ceintures n'implique pas le changement de la taille; elles seront employées d'une façon absolument normale comme simple ornement et ne viseront en aucune manière à modifier ou à accentuer les formes du buste.

Différentes espèces de ceintures sont montrées pour l'automne; les modèles en Suède, en cuir vernis, métal et perles sont parmi les plus gracieux. Les ceintures sur les vêtements d'été tels que robes de plein air, modèles en toile pour le port de la rue, jupes en soie et corsages semi-tailleux ont été bien accueillies et les manufacturiers pensent que la saison d'automne leur sera favorable et qu'on rencontrera beaucoup de fini-ceinture.



Fourreau nouveautés.—De genre Indes Orientales, ce fourreau est fait de soie brochée de couleur mauve et garni de soie de couleur or. C'est un drapé dont les coins sont retenus en avant par des motifs de chiffon terminés par des boucles de ceintures.

CE QUI SERA PORTE.

On portera des broderies anglaises incrustées dans de la batiste, dans du linon blanc ou de couleur, avec nuances pâles; le souffre sera une des nuances préférées de la saison; même le jaune est une couleur à la mode qui sera fort en faveur.

On portera des fourreaux de batiste blanche, incrustés de Valenciennes ou de broderie à jour sur un fourreau blanc ou noir, en satin souple.

La robe sera ornée de noeuds de velours ou de satin noir. On portera sur ces robes des petits cols en batiste ciel avec ourlets à jour, en nuances rose, paille ou noir.



Le magasin le plus fréquenté en ville

est celui où l'on vend de la BONNETERIE RADIUM. Le marchand n'ignore pas quelles sont les lignes favorites du public et il maintient la haute réputation de son magasin en ne vendant que des articles de qualité éprouvée.

Les Bas Radium portent cette marque

sur leur boîte et sur chaque semelle figure la marque de commerce de Perrin.

Ces deux indices sont pour vous une garantie certaine du développement de vos ventes, de l'augmentation de vos profits et de la satisfaction que vous donnerez à vos clients.

L'acheteur qui sait établir une judicieuse différence entre les articles qu'on lui présente, reconnaitra immédiatement que ces deux noms sont l'indication de la meilleure bonneterie de Soie et en fil de Lisle qui existe.

Perrin Frères & Cie.

28 Square Victoria, Montréal.

LES JUPES

NOUVELLES JUPES EN MOUSSELINE.

Lignes de jupes à coupe élançée avec garnitures étroites.

"Nous espérons avoir une très bonne saison d'automne pour les jupes de mousseline blanche, nous disant un des plus gros manufacturiers de ce genre d'article, et nous avons préparé pour les lignes d'automne plus de modèles que d'ordinaire. Nous avons suivi les tendances de la mode d'aussi près que possible, de sorte que nous avons établi une grande variété de modèles dont pas un ne contrarie le goût actuel prononcé pour la silhouette élançée."

En confirmation de ces dires, nous avons remarqué plusieurs modèles suivant étroitement les lignes du corps. Ils étaient terminés à la base par une bande droite de broderie garnie d'un ruban conrant le long du bord supérieur.

Ces jupes n'ont pas de doublure et un ajustement à la taille patenté les caractérise.

Les jupes blanches de formes plus ou moins conservatrices présentent un plissé de broderie ou de dentelle à la bordure avec une doublure brodée très étroite. Ce dernier ornement est d'ailleurs très mince et n'enfle nullement le volant de dessus.

JUPES SEPARÉES POUR L'AUTOMNE.

Les lignes contiennent beaucoup de nouveautés en paniers modifiés et en effets de plis.

Les confectionneurs de jupes séparées présentent cette saison une ligne particulièrement intéressante.

L'introduction de la jupe panier et de la jupe à plis, a contribué à rendre leurs lignes attrayantes et un assortiment d'excellents modèles a été établi.

Bien que quelques paniers extrêmes soient montrés, on ne peut s'attendre à une large vente dans ce genre, tandis que la forme panier modifiée qui a donné naissance à de nombreux numéros semble appelée à remporter un succès considérable.

La jupe à plis accordéon est confectionnée en différents tissus. Tandis que quelques-unes d'entre elles sont de simples modèles de plis accordéon, d'autres montrent l'introduction de plis accordéon et de panneaux ou tabliers, ou de plis accordéon et tuniques ainsi que diverses idées nouvelles de ce caractère actuellement en cours de confection.

Les jupes à plis sont particulièrement prédominantes dans les lignes nouvelles, car elles ont un caractère d'inédit et sont pratiques, répondant aux besoins de toutes les femmes.

Les groupes de plis sur le côté et derrière figurent dans certaines lignes d'automne.

On rencontre aussi des tuniques simulées.

Les jupes unies façon tailleur ne sont pas éliminées, bien au contraire, et les gracieux modèles garnis de boutonnères ou de boutonnières factices feront fureur et se vendront librement.

LES JUPES A PLIS SONT EN FAVEUR

Il y a profusion d'ornements de plis dans les nouvelles lignes

Lorsque tous les modèles-types de robes seront au complet, on pourra se rendre compte des nombreux motifs de plis introduits dans la mode sous différentes formes.

Ceci ne veut pas dire que les nouvelles jupes auront une

ouverture ici et là, mais posséderont de véritables plis allant le plus souvent de la taille jusqu'à l'ourlet du bas.

Certains modèles présenteront l'effet de plis partant à la hauteur du genou et descendant jusqu'au bas.

Il y aura probablement aussi quelques modèles drapés aux hanches, ce qui n'est qu'une variante du panier.

Les panneaux de larges plis devant et derrière forment

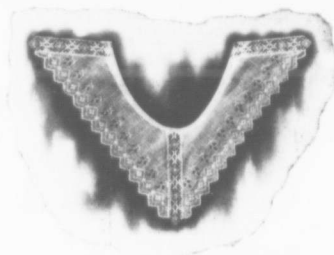


Kobe de taffetas rayé.

des styles bien différents et sont rangés dans la catégorie des jupes unies.

Ces panneaux ne font qu'un avec la robe, d'ailleurs, et n'ont aucun point de ressemblance avec les variétés détachées que nous avons eues pendant les deux dernières saisons.

Les plis sur le côté, et les plis en accordéon et piqués constituent également de bons styles, mais la mesure de la jupe est ordinairement de 2½ verges environ, bien que les vêtements bon marché montrent parfois une largeur d'environ 2½ verges.



D. 819 \$2.12½ la douzaine.



D. 820 \$2.12½ la douzaine.

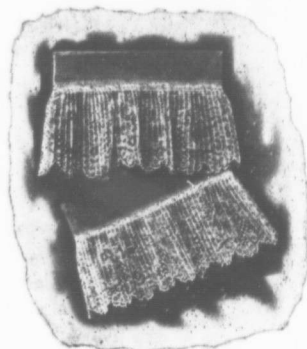
Tout ce que nous désirons c'est que nos clients demandent à nos représentants de leur montrer ces cinq lignes spéciales pour le mois de Juin.



D. 821 \$2.12½ la douzaine.



D. 813 \$2.12½ la douzaine.



D. 824 \$2.12½ la douzaine.

R. D. FAIRBAIRN CO., LIMITED.

107 RUE SIMCOE, TORONTO.

Président : Rhys D. Fairbairn,

Vice-Président : F. J. Knight, W. C. Cliff.

SOIES ET TISSUS

LES TOILES DOMESTIQUES

Le commerce attend que les manufacturiers revisent les prix

Les rapports venant des différentes parties des Etats-Unis, démontrent que les détaillants ont pris note de la récente hausse qui, dans certains cas, a atteint près de 15 pour cent. Ils prétendent que, au point de vue de la production, la situation était moins bonne il y a un an qu'elle ne l'est aujourd'hui, qu'on manquait alors de chanvre, tandis que maintenant il y a abondance relative.

S'il est vrai que les salaires ont été légèrement augmentés et que le prix du charbon est plus élevé, les hommes d'affaires bien renseignés ne croient pas que le coût de production ait augmenté d'une manière appréciable.

En attendant, les manufacturiers restent coi, attendu qu'ils ont suffisamment de commandes en mains pour tenir leurs usines en activité durant plusieurs mois encore.

On assure d'autorité qu'aucune commande nouvelle n'est, ni ne sera donnée par les marchands américains pour les toiles domestiques, tant que les manufacturiers n'auront pas un peu taillé dans la cédule des prix actuels.

SOIES ET TISSUS VELUS

Pour l'automne et l'hiver

Les tissus les plus doux devront répondre aux exigences de la mode

Les soies et satins les plus légers seront en grande demande l'automne et l'hiver prochains.

On favorisera une série de qualités des satins Charmeuse. Le toucher, le fini et la souplesse du satin Charmeuse sont les trois qualités supérieures pour les effets de draperie exigés dans les nouvelles adaptations.

Les satins-crêpes très légers veindront en second lieu. Le crêpe Charmeuse sera généralement favorisé et les autres variétés auront aussi leur part de vogue.

Le Crêpe de Chine sera généralement employé parce qu'il drapé bien et se prête avec avantage à la broderie qui sera très en évidence la saison prochaine.

Les Messalines

Comme, les satins seront à la mode, il est certain que les Messalines auront un succès phénoménal. C'est un satin léger possédant presque le même fini et les autres qualités du satin Charmeuse et il n'est que juste qu'il ait sa large part de ventes.

Les crêpes enrichis de fleurs de leurs propres couleurs seront au nombre des principales nouveautés.

Les dessins de velours brochés sur fond de crêpe sont de haute nouveauté, mais à condition qu'ils soient toujours de la même couleur que le fond. De fait, les crêpes et velours ainsi combinés offrent un excellent exemple des deux hauts styles de dessin et d'étoffe.

Les Bayadères sont bien vues

Les Bayadères vont bien avec les jacquarts. Les ultrabayadères sont choisies de préférence pour les costumes coupe-tailleur. Les étoffes bayadères pesantes sont claire-

ment indiquées pour les toilettes de dessus et comme parures

Ayant remarqué la tendance pour les bayadères, les manufacturiers de soies ont combiné la popeline soie et laine qui drapé avec avantage et est en tous points conforme aux exigences de la mode.

Les effets de pois, bien introduits par l'intermédiaire des taffetas, sont maintenant employés à enjoliver les tissus bayadères. Les chaînes noires sont parsemées de pois, mais toujours d'une seule couleur. Leur grandeur varie selon les convenances pour costume tailleur ou pour toilette.

Les imprimés Pompadour paraîtront avantagement si on les applique sur des toilettes de voile ou de chiffon.

Les tissus légers

Les tissus de soie viendront au premier rang pour les costumes légers. Les voiles de soie auront une place assurée, car ils s'adaptent parfaitement au drapage. Les chiffons sont également convenables.

Les soies grenadines à dessins brodés de même couleur seront bien représentées.

Au point de vue de la mode, il n'y a pas de place pour le taffetas; les chiffons véritables feront exception.

Les clinquants courts à l'usage des couturières ont été commandés pour des maisons pourvoyant à une clientèle exclusive.

On dit que des commandes ont été données à Lyon pour des étoffes écossaises à carreaux bleu et vert. Les étoffes rayées bleu et vert sont aussi des nouveautés lyonnaises. De fait, les tissus rayés sont encore les grands favoris des manufacturiers de Lyon. De grands assortiments comprennent aussi les rayés pompadour.

La demande courante

Nous sommes en pleine mi-saison, et les importateurs se débarrassent des restes du stock de nouveautés du printemps. Naturellement, les hautes nouveautés sont cotées à des prix comparativement bas.

Les soies Jouy Foulards se vendent bien au détail qui se prépare au commerce d'été.

Les étoffes velues se vendront aussi facilement que l'an dernier.

Les manufacturiers étrangers de velours déclarent autant de commandes qu'ils en pourront satisfaire à date pour l'automne et l'hiver. Les importateurs américains ont plus de commandes dans leurs livres qu'ils n'en avaient l'an dernier à pareille époque. Les manufacturiers du pays sont également fortunés.

Les velveteen et corduroy sont actifs sur les marchés d'Europe et d'Amérique. L'un des principaux teinturiers de Bradford, Angleterre, dit qu'il a plus de commandes des manufacturiers qu'il n'en peut exécuter.

Les velveteen et peluches de fantaisie pour garnitures se vendent bien sur commandes à l'avance. On dit beaucoup de bien des imitations de fourrures dispendieuses.

La robe demi-habillée se fera en foulard, foulard crème à gros pois noirs ou bleus, foulard gros bleu uni et le classique foulard bleu à gros pois blancs.

LES TISSUS BLANCS.

Le marché reste ferme.

La hausse a été maintenue et les stocks sont restreints.

Les tissus blancs pour robes et costumes se vendent bien et les prix sont fermes. La vente des blancs piqués a dépassé toutes les prévisions et le marché manque des qualités aux prix populaires. A l'ouverture de la saison, au mois de juillet dernier, les manufacturiers bien au courant des tendances de la mode en Europe, en commandèrent certaines quantités aux tisserands, avec l'entente que celles-ci pourraient être augmentées au cours de la saison.

La prédilection accordée aux tissus mous et la vogue établie du blanc ont contribué à augmenter la vente du piqué. Comme le procédé de production de cette marchandise est lent, et que peu de filatures la fabriquent, l'approvisionnement ne saurait être excessif cet été.

Les tissus cordés.

Les tissus cordés Ottoman de bonne qualité sont aussi très en vogue à cause du fini doux et mou qu'on leur donne.

Si les tissus Ottoman en général sont favorisés, il n'est que naturel que les popelines de coton blanches viennent en évidence. La position des popelines blanches se trouve renforcée par la grande faveur accordée aux tissus à côtes de toutes descriptions, de soie ou de laine, commandés durant la dernière saison.

Le coton Agaric, mieux connu sous le nom de toile à serviettes turque, est la haute nouveauté. Les bonnes qualités ont été plutôt rares ce printemps et certains manufacturiers en ont cessé la production pour cette année. D'autres produisent de nouveaux tissus. On dit beaucoup de bien des adaptations du coton Agaric pour l'été de 1913 et pour l'automne prochain.

Les dernières nouveautés sont tissées d'un fil agaric de moyenne grosseur sur un fond de crêpe demi-transparent, et l'on croit que ces adaptations de tissus agaric seront transmises à la mode du printemps prochain.

Les tissus transparents, tels que les voiles de coton, se sont vendus en plus grande quantité qu'on l'avait espéré à l'ouverture de la saison, le printemps dernier.

Ceci est prouvé par le fait que les manufacturiers ont pu augmenter les prix à la fin de la saison et indique que non seulement la production de la saison a été distribuée, mais que le tissu semble promettre pour une autre année.

Dans notre opinion, les voiles de coton blanc obtiendront encore un succès phénoménal l'an prochain. La raison est dans le fait que les voiles de soie et les chiffons de soie se vendent bien, ici comme en Europe, et pour livraison immédiate. De plus, les grandes couturières emploient les gazes de soie pour les costumes drapés. En général, par tout le pays, les stocks de blanc sont très restreints, en gros comme en détail. Cela signifie que, lorsque viendront les chaleurs, ce qui reste de blanc dans les magasins disparaîtra pour faire place aux nouveautés pour l'an prochain.

Les filatures n'ont pas de stocks, car la production a été écourtée par les grèves.

Comme la main-d'œuvre est plus chère et que le marché n'est pas encombré, les prix sont fermes. Les marchandises ont plus de valeur cette année qu'elles n'en avaient l'an dernier.

Les marchands de gros qui ont fait une spécialité de toiles blanches, de piqués et de cordés Ottoman ont vu leurs ventes augmenter en avril et en mai comparativement à la période correspondante de l'année dernière.

Printemps 1913.

Les producteurs prêteront une attention particulière aux tissus poids-moyens, pour le printemps de 1913.

Les draps poids-moyens seront du tissu cordé, favori du moment. On emploiera les cordés blancs pour l'ornementation des étoffes à fond blanc, et les fabriques qui faisaient une spécialité de tissus tout blanc, donneront de l'importance aux rayures de couleur.

SOUS-VETEMENTS EN MOUSSELINE.

On note de réelles améliorations — Les combinaisons sont en vedette.

La continuation de la vogue de la silhouette étroite dans les vêtements du dessus, tend à retarder quelque peu la grosse vente de sous-vêtements en mousseline.

En dépit de cela, beaucoup de maisons mentionnent une bonne amélioration de la vente et de véritables progrès dans la qualité des marchandises vendues.

Beaucoup de manufacturiers assurent que le vêtement-combinaison est celui qui se vend le plus.

Parmi les livraisons de mai et de juin on signale une quantité inusuelle de combinaisons de caleçons et cache-corsets, les variétés garnies de dentelles prenant le pas sur les broderies. On peut attribuer cette préférence au fait que le port de la dentelle est plus doux et plus léger et convient mieux pendant la saison d'été.

Le caleçon séparé vient en première ligne et est appelé à une excellente vente tout comme on peut envisager avec raison l'augmentation des affaires en brassières. Les maisons qui se spécialisent dans ces sortes de vêtements de dessous prévoient un brillant avenir pour les caleçons séparés s'ils sont dessinés et garnis convenablement.

Les acheteurs de sous-vêtements en mousseline, principalement ceux qui tiennent également les corsets et les brassières, devront veiller de très près au style des brassières et s'efforcer à les appareiller avec les caleçons comme si les deux articles distincts formaient un seul et unique modèle.

Il y a un champ largement ouvert pour le débit de ces vêtements de dessous pourvu qu'ils soient poussés par les manufacturiers et les acheteurs dans le sens qu'il convient.

Il est bon pour un vendeur ou un manufacturier d'annoncer qu'il possède des caleçons séparés, joliment garnis et s'adaptant parfaitement en combinaison avec les brassières.

MANTEAUX DE TROIS-QUART POUR L'AUTOMNE

On montre actuellement des manteaux et des pardessus habillés atteignant juste le dessous du genou.

Le succès présent des manteaux de trois-quart en satins, serges, mélanges masculins de fantaisie, etc., a porté les manufacturiers à penser qu'ils seraient très populaires en automne parmi les magasins à départements et les spécialistes s'adressant à la meilleure classe de commerce.

Parmi les manteaux de nouveauté descendant légèrement au-dessous du genou et actuellement en cours de préparation, quelques-uns s'arrêtent au genou sur le devant et sont presque de pleine longueur derrière.

Les pardessus en matériaux masculins et confectionnés comme un veston d'homme sont couramment établis pour le port du début de l'automne. Ils conviennent particulièrement pour la promenade et seront surtout appréciés des jeunes femmes. Ils sont ordinairement longs de trois-quart ou de sept-huitième.

Vos ventes ont réduit votre stock.

Quand une cliente vous demande une marchandise qui n'est plus en mains, ne lui permettez pas de l'acheter par malle. Procurez-lui ce qu'elle demande, vous en ferez une amie de votre magasin, tout en augmentant votre chiffre d'affaires.

Nous pouvons vous procurer toute marchandise sèche. Les effets qui nous sont commandés par malle, sont expédiés par retour.

Notre assortiment d'étoffes à robes d'été est au complet une livraison immédiate est assurée.

Commandez à notre représentant ou par malle.



The W. R. BROCK CO., (Limited), MONTREAL.

**Nous allons toujours de l'avant
dans le commerce
des nouveautés**

**10.000
pièces de**

Ginghams à Robes

L'OCCASION DE LA SAISON.

**Une
Offre
Extraor-
dinaire**

Nous nous sommes procuré de la Canadian Cottons, Ltd., 10.000 pièces de Ginghams à robes, un lot spécial "occasion de manufacture", consistant en deux lignes principales comportant différents nouveaux dessins aux couleurs populaires. Tous les modèles de cette saison.

Commandez maintenant pour vos VENTES DE JUILLET.—Premier arrivé premier servi ! Ces marchandises s'enlèvent rapidement. Nos voyageurs sont déjà sur la route avec les échantillons au complet.

Donnez-nous tout de suite une commande marquée PRESSÉE afin d'avoir un bon choix.

ALPHONSE RACINE & CIE.

Négociants et Fabricants.

MONTREAL.

Sous-Vêtements à Côtes Irré- trécissables de Stanfield,

Truro, N. E.

¶ Nous avons conclu des arrangements spéciaux avec Messrs. Stanfields Ltd. pour la vente exclusive dans la province de Québec, de leurs lignes de sous-vêtements si renommés.

¶ A l'avenir nous aurons en magasin, un assortiment complet de toutes leurs principales lignes.

¶ A ceux qui n'ont pas encore placé leurs commandes pour la prochaine saison d'automne, et à ceux qui n'ont pas encore offert cette marque à leur clientèle, nous demandons de bien vouloir attendre encore quelques jours.

¶ Nos voyageurs auront leurs Echantillons vers le 15 juin courant et partiront immédiatement pour leurs territoires respectifs.

Seuls Distributeurs pour la Province de
Québec des Sous-Vêtements Stanfield.

ALPHONSE RACINE & CIE,

MONTREAL.

Ne bornez pas votre choix !

VOYEZ NOTRE ASSORTIMENT DE

Rideaux et de tentures d'intérieur, de dentelles, de volants et de broderies.

Nous avons une exposition parfaitement organisée des plus nouveaux produits des manufacturiers d'Europe. Nous pouvons vous aider à acheter exactement ce qu'il vous faut.

Rideaux et Draperies d'intérieur.

Les plus nouveaux dessins de rideaux en dentelles et de Madras imprimés — ces derniers dans les plus délicats effets de couleurs. Draperies de fantaisie de toutes descriptions.

VOLANTS

Nous avons un splendide assortiment comprenant les plus nouveaux dessins en largeur de 27 et 45 pouces. Ce qu'il y a de mieux sur les marchés européens.

Broderies

Il est nécessaire de voir notre nouvelle exposition de broderies pour la prochaine saison afin d'en apprécier la valeur. Laissez-nous vous faire voir l'assortiment.

Dentelles.

Dans tous les dessins, modèles imaginables et largeurs, dans tous les prix pour tous genres de commerce.

Nos vendeurs seront en route ce mois-ci avec un assortiment complet d'échantillons. Voyez les avant de placer vos commandes ailleurs.

Fitzgibbon, Limited,

Victoria Square.
MONTREAL.

LE MOUVEMENT DES DENTELLES.

Le courant des renouvellements d'ordres dépasse celui de la période correspondante de l'année dernière.

Comme on pouvait s'y attendre pendant la période intermédiaire entre deux saisons, l'activité dans les dentelles s'est considérablement ralentie.

Le chiffre d'affaires fait pendant ce laps de temps accuse cependant une intéressante augmentation sur celui de l'an dernier à pareille époque.

Les prévisions pour la saison à venir sont exceptionnellement brillantes, si l'on s'en tient aux indications de la mode, aussi bien ici qu'à Paris, qui ne font que souligner et accentuer la vogue de cet accessoire.

Les robes, les vestes et manchons entièrement en dentelles sont en évidence dans les lignes de haut style.

La combinaison de deux ou plusieurs variétés est un fait marquant des modèles tout en dentelles et des styles garnis de dentelles.

Les paniers de dentelle sont souvent remarqués sur les robes récemment importées.

Les ornements de boules et les bordures de picot sont les articles de vente courante.

Les bandes de Nottingham et de Calais en Cluny, les effets de filet et de macramé continuent à être en bonne demande pour emploi sur robes fourreaux.

Les bandes de Macramé et de Venise en blanc jouissent d'une faveur moyenne.

L'intérêt en dentelles d'ombre est bien soutenu.

Les garnitures de boules font fureur.

Les garnitures de boules de Venise continuent à faire l'objet de quantité de demandes et le commerce éprouve quelque difficulté à y répondre. Différentes imitations de Nottingham sont acceptées le plus souvent en remplacement.

Les bandes de Venise de prix moyen, principalement en blanc, se maintiennent en assez bonne position. L'intérêt en allovers de Venise s'est momentanément relâché. Les bordures de picot sont parmi les dentelles qui se vendent le plus facilement pour l'instant.

Les variétés de dentelles en coton d'Irlande ou de Venise sont en bonne demande parmi les confectionneurs de corsages.

Dentelles préférées pour robes-fourreaux.

Les bandes de Nottingham et de Calais en imitation de filet, de macramé et de Cluny n'ont rien perdu de leur succès. Cette vogue est due à l'adaptation de ces dentelles aux robes-fourreaux.

En outre des stocks pris par les confectionneurs de robes, il se détache une grosse quantité de ces sortes de dentelles dans les magasins de vente.

Les largeurs de bandes préférées varient de 3 à 8 pouces.

Les bandes de Macramé blanc.

La vogue des bandes de Macramé ne se dément pas et on peut noter un assez joli volume d'affaires dans ce style, principalement en blanc, les largeurs variant de 2 à 12 pouces.

Les bandes de Cluny Barmen en variétés de toiles demeurent en bonne position dans les largeurs de 3 à 8 pouces.

Pour l'instant on ne remarque que peu d'activité pour les dentelles Bohéniennes, mais on se prépare activement en vue d'une grosse distribution de cette classe de dentelle pour l'automne.

LE MANTEAU PANIER

Les manteaux habillés et de soirée présentent des effets de panier dans beaucoup de modèles.

Les premiers manteaux-paniers qui ont été montrés par les maisons fournissant à la riche société n'ont obtenu à vrai dire qu'un succès modéré.

On peut attribuer cela au fait que la majorité de ces modèles ne sied pas à tout le monde. On note cependant déjà beaucoup d'améliorations dans ce sens, et les plus récentes importations sont beaucoup plus gracieuses que les précédents modèles. Les retouches qui y seront faites pour les adapter aux conditions du pays les perfectionneront encore et tout donne à penser que le manteau-panier pour le port du soir sera de bonne vente.

Les velours, les satins, les crêpes météor et autres tissus de ce genre se plient volontiers aux effets de panier, et l'on peut s'attendre à ce que cet automne, les manteaux de cette espèce soient très recherchés non seulement pour la beauté de leurs tissus, mais aussi pour leur drapage artistique. Pour obtenir des drapages véritablement artistiques, il faut la main d'un expert, car si cette transformation n'est pas faite convenablement, l'effet de panier devient littéralement grotesque.

L'INTERET PORTE AUX MANTEAUX DE SPORTS.

De nombreux styles nouveaux sont confectionnés pour le sport de l'automne — Les tissus favoris.

L'intérêt montré pour les manteaux de sports pendant cette saison, n'est certes pas étranger au mouvement constaté dans la confection d'articles de ce genre pour l'automne.

Les Norfolk, les Blazers et les Mackinaws faits de doux vicuna, de riches étoffes écossaises, de lourdes cheviottes et de différents autres tissus nouveaux sont actuellement offerts par les voyageurs en tournée.

Beaucoup d'acheteurs commandent ces vêtements pour livraison de bonne heure, afin de les mettre en vitrine pendant août et septembre, car c'est à cette époque de l'année que l'intérêt se porte sur la chasse, le golf, le tennis et autres sports de plein air.

DERNIERS ECHOS DE LA MODE.

Jupe en voile blanc, brodée dans le bas de pois gros bleu dégradés, posés verticalement et revoilés d'une bande de mousseline de soie gros bleu; tunique courte en foulard blanc à pois bleus, brodée d'une bande de mousseline de soie bleue assez large, posée en forme de biais; cette tunique affecte la forme d'une longue basque, se ferme de côté et le biais en souligne la fermeture.

Le corsage garni du même biais est ouvert en carré sur une guimpe de tulle bouillonné, garnie de petits rubans de velours bleu; la manche est formée de deux morceaux de foulard garnis de biais et tombe comme deux volants sans fronces sur une manche bouillonnée en tulle blanc.

Parmi les jolies toilettes du moment, il faut citer une robe d'après-midi en satin noir et satin blanc.

Jupe de satin noir avec devant de satin blanc retroussé par trois plis décourant les pieds, juste pour laisser voir les chaussures.

Corsage kimono tout en satin blanc, avec col et revers de tulle blanc double, bordé d'un biais de mousseline de soie noire; derrière, un manteau de petit abbé, formé par un grand plissé de mousseline de soie noire tombant presque à la taille.

La jupe de satin noir à la forme d'un pagne très collant et revient, par un peu de draperies, se fermer sur le devant de la robe par une petite boucle en strass. Le corsage est fermé également par des boutons en strass très petits.

Le sous-vêtement qui assure une vente rapide

Le sous-vêtement PEN-ANGLE (tricot indéformable), ne peut manquer de donner satisfaction à vos clients.

Chaque vêtement est formé selon le procédé spécial PEN-ANGLE, de sorte qu'il ne peut pas tomber, s'élargir ou perdre son exquise élégance ; la laveuse même n'est pas un objet de crainte pour ce parfait sous-vêtement.

PEN-ANGLE offre la meilleure valeur que l'argent puisse procurer. Il conserve jusqu'à la fin toutes les splendides qualités qui l'ont fait vendre.

Voilà pourquoi le sous-vêtement PEN-ANGLE se vend si facilement.



Pen-Angle Underwear

PENMAN'S LIMITED
PARIS, CANADA.

SOUS-VETEMENTS — BONNETERIE
, SWEATERS (Gilets de laine)

LES CHAPEAUX

LES COULEURS DANS LES CHAPEAUX D'AUTOMNE

Celles que les manufacturiers français considèrent comme devant être adoptées par le public en général

Les teintes riches et sombres prédomineront dans les garnitures de chapeaux pour l'automne, si l'on s'en rapporte aux idées exposées par les manufacturiers français de fleurs et de plumes à leur dernière réunion syndicale.

Les teintes légères sont presque complètement exclues de cette gamme de couleurs.

Les violets rouges et les bleus

La gamme des tons de cette catégorie s'échelonne sur six nuances allant du rose cyclamen au fuchsia pour atteindre le violet prune et enfin le noir violet.

La seconde série consiste en six bleus commençant au bleu national et allant jusqu'au bleu-noir en passant par le bleu marine.

On peut s'attendre à une bonne attention pour les nuances moyennes de ces deux séries.

La populaire couleur flamme

Une série de six tons orange brûlé, comprenant le riche brun chocolat, vient en troisième ligne. Dans cet assortiment se rangent les nuances les plus claires parmi celles admises, l'une d'elle est particulièrement populaire à Paris et est connue sous le nom de couleur flamme.

Viennent ensuite les teintes bronze qui sont suivies immédiatement de six tons gradués de doux bleu Persan, puis par trois coloris de gris nickel.

Les nuances prunes et vertes

Il y a six nuances choisies de prune rougeâtre parmi lesquelles trois sont très sombres. Un vert émeraude et deux verts de Russie terminent cette série.

Les séries suivantes comprennent six verts; le vert d'eau tient la tête et en passant par différentes graduations arrive au myrte sombre. On peut noter un ton léger wistaria et deux sombres.

Jolies nuances rouges

Une excellente teinte de beauté d'Amérique sert de base à une série de six jolis rouges. Le quatrième ton est un sombre rose Jacque. Cette série, d'après les indications présentes jouera un rôle important la prochaine saison. Le cinquième ton est une couleur vin, alors que le sixième, bien que classé comme rouge est si sombre qu'il se rapproche plutôt du brun.

Six bruns tabac, s'échelonnent du plus léger au plus sombre.

Trois teintes pavot ou coquelicot finissent cette série.

Les violets royaux

Six nuances violettes viennent ensuite commençant au violet royal pour finir dans une nuance touchant au noir.

Se classent après les verts olive et tilleul.

En dernier lieu prennent place trois séries représentées chacune par trois teintes.

La première comprend un ton abricot, un ton orange et un ton brun or; la seconde un gris modé et deux gris cadet, la troisième offre trois tons de rose corail dont le dernier est très clair.

NOTES DE LA MODE.

Les grands chapeaux fleuris de pivoines, de roses ou d'iris sont très habillés.

Beaucoup de grandes formes sont en tégale, recouvertes sur la passe et sur la calotte de crêpe de Chine blanc ou rose pâle; quelquefois un simple noeud souple en même crêpe de Chine en fait toute la garniture, ou bien encore une grosse rose ou une large pivoine.

Pour la campagne, on fait de grands panamas finement tressés ayant un bord de couleur. On le drape d'une écharpe de mousseline du même ton que la bordure en cerise, en bleu Nattier, en vert empire ou marron. Toujours beaucoup de garnitures blanches sur tous les chapeaux, grands et petits, les aigrettes, les plumes d'autruche, les feuillages et les draperies de taffetas, tout est blanc.



Modèles types de mi-saison.—A gauche: chapeau-lingerie fait de filet blanc (net), revêtement de chiffon bleu, roses. Au centre: chanvre blanc, rebords en satin blanc, frile de ruban noir à bord cordé et dentelle valencienne; fleurs de chiffon rose. A droite, couronne de Livourne, bords en dentelle transparente, roses mousses, ruban de velours bleu.

AVIS AU COMMERCE

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

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

The Arlington Company of Canada
LIMITED.

50 à 64 Avenue Fraser, Toronto, Ont.

SOUS-VETEMENTS MARQUE "HEALTH"

Notre assortiment est maintenant complet dans toutes les lignes d'automne pour femmes et enfants.

Nous avons aussi un stock complet de vestes à manches courtes et sans manches, d'épaisseur moyenne et dans tous les prix, pour dames.

Si vous ne vendez pas déjà les sous-vêtements portant la marque "HEALTH", veuillez voir les échantillons que nos voyageurs actuellement en route ont en leur possession.

Greenshields Limited
MONTREAL.

Les Gants de Peau DE PEWNY

Demandez-nous des échantillons de nos

Gants de Peaux Glacés Spéciaux

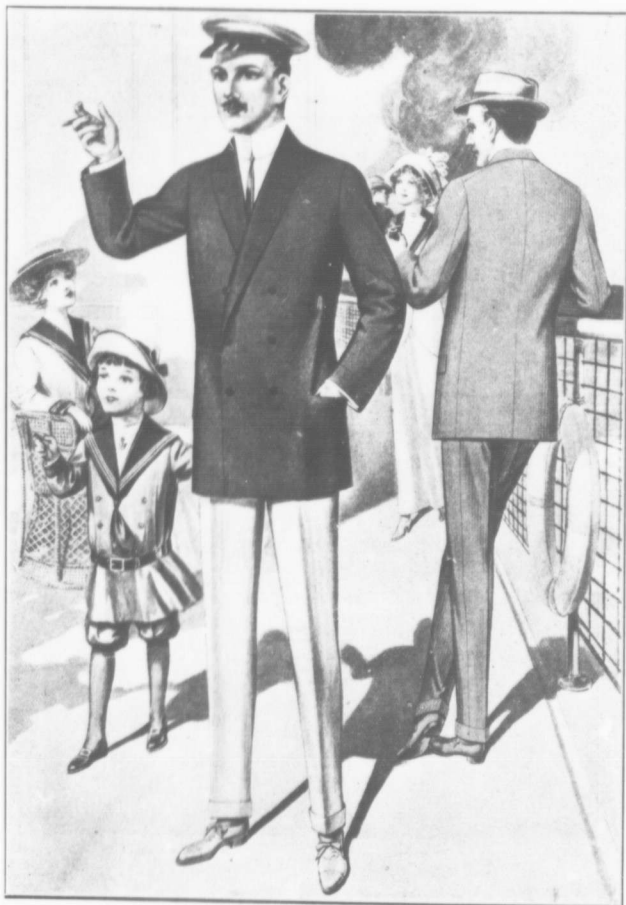
à \$6.50, \$9.00, \$10.50, \$11.50, \$13.50,
\$15.00 et \$16.50.

Nous avons aussi des Suède.

Voyez nos échantillons de véritables Mochas, fini velours, mode d'automne, pour Dames et Messieurs.

Greenshields Limited.
MONTREAL.

LA MODE MASCULINE



VESTON CROISÉ.

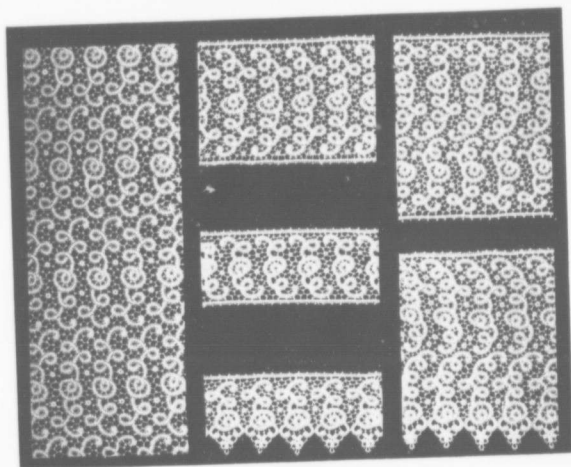
(Modèle de l'American Gentleman)



DENTELLES
GARNITURES
BRODERIES
BOUTONS



Depuis trente-cinq ans nous tenons la tête dans notre ligne,
et nous donnons les meilleurs styles et qualités.



FLETT, LOWNDES & COMPANY, Limited.

Importateurs et Manufacturiers

142-144 Rue Front Ouest

- - - - -

TORONTO.

LA MODE MASCULINE

VESTON CROISÉ

L'étoffe du veston représenté par notre gravure empruntée au journal "American Gentleman", est une serge bleue.

Pour un homme de stature moyenne (5 pieds 8 pouces), la longueur totale est de 30½ pouces. Les épaules sont modérément étroites et ont un fini naturel. La gorge est de profondeur moyenne. Les revers à pointes mesurent 2¼ pouces à l'entaille et roulent jusqu'au deuxième bouton. Le collet mesure 1½ pouce à l'entaille ainsi qu'en arrière. Le devant est mou et fermé par trois boutons. Le dos s'ajuste naturellement avec ou sans ouverture. Les poches inférieures portent des volants qu'on peut indifféremment mettre en dedans ou en dehors. Les coutures sont simples et unies. Les manches sont terminées par des imitations de manchettes avec fente ouverte et deux boutons.

Le gilet, à un seul rang de boutons, n'a pas de collet; il est fait d'un tissu de fantaisie lavable. Sa longueur jusqu'à l'ouverture est de 11½ pouces et sa longueur totale de 20½ pouces. Le devant, fermé par cinq boutons, est modérément incliné, et les pointes sont coupées.

Le pantalon est ajusté naturellement sur les jambes et les cuisses; l'étoffe dont il est fait est un worsted blanc; il mesure 10 pouces au genou et 16 pouces en bas.

Les mesures sont les suivantes:

Mesure à l'aisselle	9 pouces.
Longueur à la taille naturelle.....	16½ "
Longueur totale	30 "
1ère mesure d'épaule	12 "
2ème mesure d'épaule	17 "
Mesure d'omoplate, plus 1½ pouce	12½ "
Poitrine	36 "
Taille	32 "
Hanche	38 "

Vêtements.

Au point A menez deux lignes à angle droit.

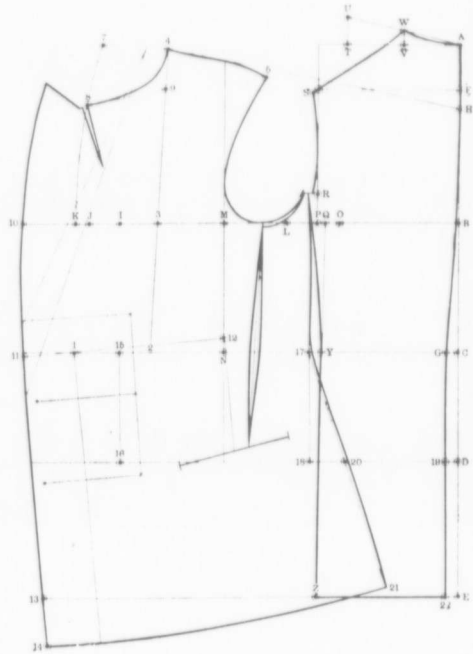
De A à B, mesure à l'aisselle, plus ½ pouce; de A à C, longueur à la taille naturelle; de C à D, 6 pouces; de A à E, longueur à la taille naturelle; de C à D, 6 pouces; de A à E, H à F, 1 pouce; de F, B, C, D et E, tirez une ligne droite.

De C à G, 1 pouce; arrondissez la forme du dos de F à G, et abaissez jusqu'au bas; B à I, mi-distance de poitrine; I à J, 1¼ pouce; J à K, ¾ pouce; L est à mi-distance entre B et I; de L à M, 3½ pouces; abaissez la perpendiculaire de M à N; appliquez la mesure d'omoplate de B à M, 13 pouces, et élevez la perpendiculaire.

Le point O est à mi-distance entre B et M; de O à P, 1¼ pouce; du point P, élevez la perpendiculaire qui rencontre le point S; de P à R, 1/12 de la poitrine; de P à Q, ½ pouce; de 22 à Z, même distance que de B à Q; tirez une ligne de Q à Z.

Du point A à T, 6¼ pouces; de T à U, 1½ pouce; tirez une ligne de A à U; de A à V, 1/6 de poitrine; élevez la perpendiculaire de V pour localiser W; tirez une ligne de W à S et donnez la forme au dos; de N à 1, moitié de la taille; le point 2 est à mi-distance entre N et 1; le point 3 est à mi-distance entre M et J; élevez une ligne de 2 en passant par 3. De A à W et de M à 4, première mesure d'épaule plus 1 pouce; tirez une ligne de 4 à H; de 4 à 5, ¾ pouce de moins que de W à S; formez l'épaule et l'emmanchure.

Au point 4, menez la perpendiculaire à la ligne 2-3; de 4 à 7, 1/6 de la mesure de poitrine plus ½ pouce; tirez une courbe de 7 à K; de 7 à 8, 1/6 de la mesure de poitrine; de 4 à 9, 1/8 de la mesure de poitrine; tirez une ligne de 9 à 8 et formez la gorge; de K à 10, 3 pouces,



Du point N à 12, ¾ de pouce; placez l'équerre au point 12-1 et abaissez la perpendiculaire; de 1 à 11, même chose que de K à 10; abaissez le point 11 à la ligne 12-11 jusqu'au point 13; de 13 à 15, 1/6 de la mesure de poitrine moins ½ pouce; de 1 à 15, 2½ pouces; de Y à G et de 15 à 17, mesure de la taille plus ¾ de pouce.

Du point 17, abaissez la perpendiculaire pour localiser 18; de 18 à 20, 1¼ pouce; tirez une ligne de 17 à 20 et formez le côté du pan; de 17 à 21, même longueur que de Y à Z; formez le bas et finissez.

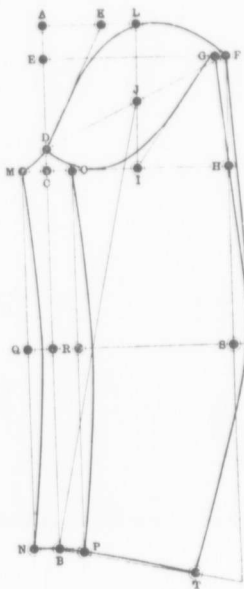
Manches.

Mesurez l'emmanchure et procédez de la manière suivante:

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

De A à F, 4/12 de l'emmanchure; de E à C, même distance que de l'entaille arrière à la ligne de poitrine; de C à B, longueur de la manche; au point E et C, menez des perpendiculaires à la ligne AE; de C à D, toujours 1 pouce; de D à E, 1/5 de la mesure de l'emmanchure; abaissez de F pour localiser H; le point I est à mi-distance entre H et C; élevez la perpendiculaire de I à JI.

De L à K, 1/12 de la mesure de l'emmanchure; tirez une ligne de G à 1; le point R est à mi-distance entre D et B; du point R, menez la ligne RS; de C à M, 1¼ pouce et la même chose de C à O; de B à N et de B à P, 1¼ pouce.



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

L'ART DE GARNIR LES VITRINES

La monotonie des arrangements disparaît par l'emploi de fixtures de bois interchangeables pour la confection des étalages de vitrines

Garnir une vitrine est vraiment un art, un art qui demande à être aidé et secondé par un équipement approprié qui permette à l'artiste de mettre à exécution ses propres conceptions. Que pourrait faire un artiste peintre sans bonnes couleurs et brosses? Comment se manifesterait le talent d'un sculpteur, sans un bon ciseau mordant? Et comment le musicien pourrait-il faire montre de ses dons et qualités sans un bon instrument? De même, que pourra faire un artiste dans l'art de garnir les vitrines sans de bonnes fixtures? Tout comme le peintre, le sculpteur ou le musicien— aussi artiste soit-il — il ne pourra obtenir un résultat sans les moyens propres à la matérialisation de ses idées et à l'exécution de ses inspirations.

Il est vrai cependant qu'il s'est vu des artistes exécuter des tableaux merveilleux avec un piètre matériel, tout comme on a rencontré des sculpteurs qui ont fait des chefs-d'oeuvre avec des ciseaux imparfaits et des musiciens écrire de merveilleuses symphonies sans l'aide d'instruments, avec du papier d'emballage pour tout matériel, un grenier pour logis et une bougie fumante comme luminaire. Mais on ne possède pas d'exemple où le faiseur d'étalage même le plus habile ait été capable d'exécuter les idées ingénieuses nées en lui, sans avoir à les changer considérablement en raison du manque d'équipement convenable.

Nous attirons votre ATTENTION sur CETTE OFFRE

Les plus belles têtes en cire.
Avec Mannequins Modèle 1912 avec
Bras et Mains, Montés sur l'Pied à
Extension avec Jupe renforcée, pour

\$23.00

Le choix sur 12 têtes; différentes
expressions. Couleurs des cheveux:
Noir, Brun, Pâle ou foncé, Blond.



324 L

'Stand' pour étoffe à Robes,
Soies pour Habits, Costumes,
Mercerie de tous Genres. Mi-
roirs etc.



Mannequins semblables à la
Vignette 269 D, \$1.50 avec tête
noire et \$2.00 nickelée. Égale-
ment: Mannequins sans pied
depuis \$1.50.
Demandez nos Catalogues.



269 D

DELFOSE & Cie

ETABLIE EN 1900

La plus grande manufacture Canadienne Française
de Fixtures de Vitrines et magasins.

Salle d'échantillons et office: 247-249 Craig Ouest.
Fabrique 1-3-5-7 Rue Hermine
MONTREAL.

LA CHAUSSURE

LES CHAUSSURES BLANCHES SE VENDRONT BIEN

Les gros mois de ventes sont encore à venir pour les détaillants

On a exprimé quelques craintes ces derniers temps, dans le commerce de détail, que la demande prédite pour la chaussure blanche ne se réalise pas aussi complètement qu'on l'espérait. Ceci est basé en grande partie, à notre avis, sur les mauvaises conditions climatiques qui ont caractérisé ce printemps.

Il faut néanmoins ne pas perdre de vue que les véritables mois de ventes pour les chaussures blanches, sont juin, juillet et août, et que mai et septembre ne peuvent s'attendre qu'à effectuer quelques ventes.

Nous ne sommes qu'à la veille du premier de ces mois de ventes, le mois de juin, et nous ne voyons aucune raison pour le marchand de s'alarmer du stock de chaussures blanches qui garnit ses rayons. Le marchand de chapeaux de paille aurait d'aussi bonnes raisons de s'alarmer de ses affaires dans cette catégorie de chapeaux puisque leur saison de vente est sensiblement la même que celle des chaussures blanches.

Tout, au contraire, est favorable, cette année, à une demande plus considérable qu'on ne s'y attend de la part du public pour les chaussures blanches. Les articles blancs pour vêtements de femmes sont plus populaires que jamais; les costumes de serges blanches et tous vêtements de nuances claires pour le port de l'été seront en faveur marquée.

La publicité et les gravures de mode des principaux journaux ne font que confirmer ce fait.

Les chaussures blanches ont été et sont plus largement annoncées ce printemps que les saisons passées, et la demande du public y répondra, croyons-nous, si nous en jugeons par les conditions semblables rencontrées dans les années précédentes.

Le fait que peu de robes et de chaussures blanches ont été vues dans les rues n'est pas un criterium de ce que seront ces articles au fort de la saison.

Jusqu'ici le temps a été contraire à ces articles, mais il ne peut manquer de changer.

Le public n'a pas acheté aucun type de chaussures d'été; il n'y a par conséquent rien de perdu.

Nous avertissons les détaillants cependant, s'ils ne l'ont déjà fait, de commencer leur montre et de mettre en vedette leurs chaussures blanches immédiatement.

Ne commencez pas à baisser vos prix sur chaussures blanches avant que la saison soit grandement avancée. Soyez énergique et maintenez le plein prix qui vous donnera un profit régulier. Ne vous laissez pas envahir par une fausse appréhension, vous avez trois bons mois devant vous pour vendre les chaussures blanches en rayons et vous y arriverez certainement en suivant vos bonnes méthodes habituelles de vente.

LA QUESTION DES STYLES

"Moins de styles mais de meilleurs styles", tel est le cri des marchands de chaussures aussi bien que des fabricants et certes, il devrait être tenté un sérieux effort pour délivrer le détaillant aussi bien que le manufacturier de cette multiplicité de styles qui n'est d'aucun profit ni pour l'un ni pour l'autre et qui a été amenée par le furieux désir de concurrence en fait de nouveautés.

Il faudrait une organisation qui permit au manufacturier de connaître exactement la véritable tendance de la mode et du goût public. Et ceci peut surtout être obtenu par la coopération des détaillants qui sont nécessairement en contact

plus étroit avec le consommateur et qui peuvent par conséquent mieux que quiconque fournir des renseignements utiles à ce sujet.

Le détaillant, en achetant, doit aussi correctement que possible interpréter la tendance de la demande de son propre public particulier. La demande pour les styles varie suivant les régions, et il a été prouvé amplement que c'est un faux raisonnement que de se baser pour faire ses achats sur le succès de tel modèle obtenu dans tel endroit.

Les manufacturiers avant d'établir leurs modèles devraient faire une enquête chez les détaillants pour obtenir leur avis sur ce qui est le plus désiré. Ils pourraient ainsi se conformer aux exigences de la majorité et dans leurs gravures-reclames répandues dans les journaux et revues, montrer au public que la direction du sentiment général a été convenablement suivie.

LA MODE DE LA GUETRE REVIENT

Les guêtres seront en faveur au cours de l'automne prochain.

Cette opinion est basée sur une information concernant les styles et puisée à des sources dignes de confiance. Le retour des dessus de guêtres se fit déjà remarquer d'ailleurs à la fin de l'hiver passé, mais cela n'est rien en regard de la grande popularité prédite pour cet accessoire pendant l'hiver et l'automne à venir.

La combinaison d'Oxford en cuir verni avec de gracieuses guêtres faites en différentes couleurs est un fait marquant que les marchands vendant à la haute société ne devront pas négliger de considérer.

D'ailleurs, les femmes ne seront pas seules à faire la vogue des guêtres, la plupart des messieurs qui suivent de près les dernières nouveautés de ce genre accueilleront avec sympathie le port de la guêtre l'hiver prochain.

LA GARNITURE D'UNE VITRINE POUR L'EXPOSITION DE CHAUSSURES BLANCHES

Pour aider à la vente des chaussures blanches dans les magasins de détail, on peut faire un usage profitable des devantures. Dès que le temps est favorable, le détaillant doit faire un étalage de ses chaussures blanches et continuer régulièrement cette montre par les jours de beau temps.

Peu de chaussures peuvent donner un étalage aussi réjouissant, aussi gai, aussi attrayant que la chaussure blanche et une telle disposition peut être parfaitement complétée par différents articles s'y rapportant. Beaucoup de détaillants de chaussures, même des plus spécialistes, se sont mis de nos jours à tenir de pair avec leur article principal toute une ligne de bonneterie qui exposée dans la vitrine avec les chaussures blanches ne peut manquer de produire un effet très plaisant.

Lorsque nous nous risquons à donner quelques suggestions pour la garniture des vitrines, nous n'avons pas l'intention de tracer un plan qui doive être suivi rigoureusement par le détaillant, mais nous émettons tout simplement une idée qui peut être développée et modifiée par le marchand suivant son goût et la nature des marchandises qui en feront l'objet. Ces idées cependant, en règle générale, sont choisies de façon à rencontrer les besoins de toutes espèces dans la ligne spéciale que nous avons visée.

La première considération à laquelle on doit s'arrêter

dans l'agencement d'un étalage, c'est le fond. Il est bien certain que l'on doit rechercher quelle sera la nuance qui conviendra le mieux à l'objet exposé (en l'espèce la chaussure blanche) et la choisir de façon à ce que le contraste obtenu, sans violenter l'harmonie, mette cependant dans un relief saisissant l'objet que l'on désire présenter au public.

Nous pensons donc qu'une tenture de velours vert posée sur une tringle et retenue par des anneaux dorés constituera un fonds approprié à l'étalage de la chaussure blanche. Le plancher de la vitrine devra comporter un tapis de même teinte. On pourra établir deux ou trois marches semblables à celle d'un perron, imitation de pierre, et disposer sur le degré supérieur un panier en osier nonchalamment renversé et laissant déferler sur les marches tout son contenu de fleurs blanches venant rouler jusque sur le tapis vert dans un désordre très artistique. On pourra compléter cette garniture

par une branche de feuillage appliquée sur le fond et parsemée également de fleurs blanches. Quelques rubans larges de même nuance ne seront pas déplaisants. On disposera dans cet étalage une douzaine de supports métalliques, pas plus, destinés à recevoir les différents modèles de chaussures blanches et présentant les articles sous des inclinaisons variées.

Une telle devanture, en somme toute simple, ne manquera pas d'attirer l'attention, il s'en dégagera une fraîcheur et un charme qui arrêteront les regards et les inviteront à s'y reposer avec plaisir et complaisance. Le but du marchand sera atteint, on s'arrêtera à sa vitrine, à cause de l'ornement gracieux, on remarquera la chaussure blanche qu'il encadre et qui n'en sera que plus séduisante, l'admiration naîtra dans les yeux curieux, le désir d'acheter lui fera suite et l'acquisition ne tardera guère.

LA NECESSITE DE LA LECTURE POUR LE MARCHAND-DETAILLANT

La lecture, à quelque point de vue qu'on se place est une excellente éducatrice, elle est la clef lumineuse de milliers de problèmes qui pour les ignorants sont et resteront de grands X. Elle nous fait pénétrer les questions les plus troublantes de notre époque moderne et si elle ne donne pas la réponse à toutes, elle y tend journellement de toute la pensée qu'elle contient et force les recoins les plus obscurs à laisser pénétrer la vérité sous toutes ses formes.

Quelle que soit la carrière que l'on embrasse, dans quelque ligne d'affaires que l'on soit engagé, et quel que puisse être le commerce que l'on tiennne, partout et pour tous, la lecture est une nécessité. Elle est l'aide sûre et indispensable au développement de l'intelligence, elle ouvre en nous des vues nouvelles et découvre des horizons inconnus, elle est le moteur qui produit la science et la source d'où déferlent les plus précieux enseignements.

C'est elle, qui dès notre enfance a peuplé notre cerveau de mille choses qui ont formé notre instruction, elle a contribué des longtempis à l'édification de notre personnalité, elle nous a appris à penser et à réfléchir; cette chose si utile dans la vie!

Nul ne doit négliger la lecture. Sans doute certaines lectures, et c'est de celles-là que nous voulons parler, ne sont pas de folles distractions, elles demandent une attention soutenue, mais l'intérêt qui s'en dégage dès les premières lignes vaut bien qu'on s'impose ce petit effort et qu'on se donne cette minime peine.

Si l'on savait tout ce qu'un homme peut amasser de savoir et de science en consacrant à la lecture toute sa vie durant, quelques minutes de chacune de ses journées, on n'hésiterait pas à prendre cette bonne et facile habitude qui devient un véritable plaisir. Et toute cette science accumulée en parcourant un simple page par jour, se traduit dans l'existence par des résultats incalculables; on acquiert par ce procédé une efficacité incroyable et l'on augmente par conséquent sa capacité d'affaires.

Le marchand détaillant est volontiers porté à croire qu'une semblable occupation, ne fut-elle que de quelques instants, est incompatible avec son état et qu'elle n'est d'aucune utilité dans sa condition.

Rien n'est plus faux cependant, le marchand détaillant plus que tout autre, s'il veut, dans sa ligne particulière suivre et marcher dans le sillage du progrès doit lire tout ce qui se rapporte à son commerce dans les livres et journaux et particulièrement dans son journal de commerce.

La science des affaires s'enrichit chaque jour de connaissances nouvelles et de méthodes inconnues auparavant; les condi-

tions du commerce varient à chaque époque et il n'est pas une année qui se passe sans voir surgir des obstacles inattendus tant devant le manufacturier, que devant le marchand en gros et le détaillant; le moindre incident en apparence sans importance peut provoquer pour certains corps de métiers des situations inextricables à première vue; un simple malentendu peut amener les plus gros dissentiments entre deux classes commerçantes; les formules législatives peuvent avoir une répercussion désastreuse et injuste sur certains groupes, enfin mille choses peuvent venir entraver le commerçant dans son effort et ce n'est que par la lecture de son journal de commerce qu'il découvrirait la cause du mal dont il peut être atteint et qu'il y trouverait le remède efficace.

Parfois nous entendons des détaillants dire: "Je n'ai pas le temps de lire". Peut-on vraiment accorder foi à un tel propos et n'est-il pas permis de douter de sa sincérité? Devrait-il exister en plein XXème siècle et dans un pays jeune comme le nôtre, progressant à vue d'oeil et avide de connaître, devrait-il exister un homme d'affaires pensant et respirant, qui ne consacrerait chaque jour quelques minutes à la lecture? Est-il possible d'imaginer un détaillant qui doit compter sur le soutien du public pour maintenir son entreprise, rester aveuglément ignorant de ce que ce public admire, aime et demande à acheter?

Est-il un spectacle plus navrant, plus désolant et plus pitoyable que celui d'un de ces malheureux détaillants retardataires, ennemi du progrès, cantonné dans ses vieilles méthodes routinières et démodées et qui lutte et travaille comme un esclave dès l'aube blanchissante jusqu'à la tombée de la nuit en marge de l'esprit du temps et non seulement ne lisant jamais, mais accueillant avec ressentiment, les avis, les conseils, les suggestions et les innovations?

Pas le temps de lire! dites-vous; voyons, réfléchissez un peu et pensez-y bien. Nous vivons à une époque où l'éducation et l'instruction sont presque des nécessités d'existence, où la presse est la maîtresse souveraine et la voix la plus écoutée, où la publicité est le moteur breveté et incontesté de la dispersion de la marchandise avec succès et se peut-il qu'un être sensé puisse devant cette puissance de tout ce qui est imprimé, déclarer en toute franchise qu'il n'a pas le temps de lire?

Pas le temps de lire! Une telle assertion est une ornière d'où le marchand peut difficilement sortir; ces simples mots dans la bouche du détaillant sont la raison unique de la décadence et de l'anéantissement de plus d'un commerce de détail florissant naguère; ils sont comme la sentence fatale écrite aux murs de ceux qui professent des idées d'une semblable étroitesse d'esprit.

Voilà, nous disait un jour un marchand en nous montrant un tas de journaux non sortis de leurs enveloppes, voyez, je n'ai pas le temps de lire; et comme nous lui demandions s'il avait vu la vitrine d'un de ses collègues voisins dont le goût paraît et l'habileté de l'étalage attiraient tous les regards; certes, nous répondit-il, elle est merveilleuse mais je n'ai pas le temps de faire un semblable travail, il faudrait un commis spécial pour l'exécuter. Nous étonnâmes beaucoup notre interlocuteur en lui apprenant que cet étalage si attrayant était l'oeuvre d'un simple petit commis inexpérimenté qui, un journal de commerce en mains s'était contenté de suivre et de mettre en pratique les conseils qui y étaient donnés sur la "façon de garnir les vitrines".

Ainsi donc ce détaillant inconsidéré avait à sa disposition, puisqu'il recevait le même journal de commerce, les mêmes moyens que son concurrent de rendre effective sa devanture et il n'en profitait pas sous le prétexte inqualifiable qu'il n'avait pas le temps de lire, il négligeait à la légère, cette précieuse source d'information qui lui eût été d'un secours si nécessaire dans ses affaires et voyait comme résultat immédiat de sa négligence et de sa paresse son commerce péricliter au profit de son collègue plus perspicace qui avait compris tout le bénéfice qu'on peut retirer de la lecture d'un journal de commerce.

Le bon sens doit être suffisant à convaincre tout marchand qu'il doit prendre le temps de lire son journal de commerce et que loin d'être une perte de temps, ces quelques minutes consacrées journalièrement à une telle lecture sont une dépense d'instantants dont le résultat se chiffrera par un gros profit en bon argent sonnante.

La vie et la prospérité de tout commerce dépendent de l'habileté de ceux qui le dirigent à s'adapter aux conditions changeantes journalières. Ils doivent étudier le mouvement de développement constant des affaires, marcher de pair et en conformité avec les idées modernes, être au courant de tout ce que font leurs concurrents et s'assimiler rapidement et énergiquement les meilleures méthodes qui ont conduit leurs collègues au succès; et le seul moyen de faire ceci efficacement est de lire régulièrement son journal de commerce.

Il est incontestable que de nos jours un homme d'affaires, pour être véritablement tel, doit lire. Nous vivons en un temps d'extraordinaires progrès scientifiques et d'innombrables innovations commerciales. Chaque jour apporte une méthode nouvelle de tenir un magasin, des idées absolument neuves de commerce surgissent à tous moments; d'autres, en pratique depuis des années, subissent une altération sensible journalière qui peut sembler invisible et sans importance à beaucoup, mais qui pour un œil expérimenté et observateur est grosse de conséquences et mérite d'être signalée, commentée et discutée; des attaques multiples sont ourdies savamment dans le but de faire tomber le détaillant et de ruiner son commerce au profit de grosses institutions possédant des capitaux illimités et à une telle époque changeante, combative et de concurrence acharnée, comment voulez-vous que le marchand tienne le pas du progrès, prenne part à la lutte et se défende s'il ne lit pas son journal de commerce?

De nos jours, on ne saurait arriver au succès et même exister (commercialement parlant) sans joindre la lecture à ses efforts manuels et à son travail.

Le développement du rouage commercial et des méthodes de tenir un magasin a été si rapide et continu depuis quelques années, que ceux qui pouvaient à juste titre se dire de parfaits connaisseurs en la matière, il y a seulement vingt ans, s'ils n'ont suivis pas à pas ce développement se voient placés aujourd'hui dans cette alternative, ou de s'adonner à l'étude approfondie des méthodes nouvelles ou de renoncer à leur entreprise, car persister à vouloir employer leur ancien système ne peut que les conduire à une faillite inévitable.

Et dans cette même voie, les patrons devaient insister auprès de leurs ouvriers, de leurs comptables et de leurs vendeurs pour qu'ils étudient dans un journal de commerce ce qui concerne leurs branches spéciales. Ils découvriraient ainsi la valeur de chacun d'eux. Nous avons entendu certains patrons dire: "Moi, je suis la pensée, la conception, l'idée; mes employés sont les bras qui l'exécutent." Sans doute cette appréciation du rôle du patron n'est pas contraire à toute logique, mais pourquoi refuser à la main qui exécute le travail, d'être dirigée directement par l'intelligence active de celui à qui elle appartient, c'est-à-dire, de l'ouvrier ou de l'employé lui-même?

Ruskin, le grand sociologue anglais, disait à ce propos: "Nous voulons qu'il y ait toujours un homme qui pense et à côté de lui un autre qui travaille. Nous appelons l'un un "monsieur" et l'autre un ouvrier ou un commis, alors que souvent l'ouvrier ou le commis est obligé de penser et que le "monsieur" ou le penseur est contraint de travailler, pourquoi alors faire une distinction tendant à rabaisser l'un? Tous deux ne sont-ils pas de véritables "messieurs" dans le meilleur sens du mot? La masse de la société est composée de penseurs maladroits et d'ouvriers misérables. C'est seulement par le travail que la pensée peut être exécutée sagement, et ce n'est que par la pensée que le travail peut être fait d'une façon convenable; on ne peut séparer les deux impuément."

Oui, il faut cultiver la pensée, qu'on soit marchand-patron, ou qu'on soit simple commis, car c'est elle qui fait l'homme, qui constitue le caractère et qui par conséquent vous rend capable de mener à bien vos affaires, et n'oubliez pas que c'est la lecture, la lecture d'un journal de commerce, pour vous qui êtes dans les affaires, qui vous aidera à cette formation intellectuelle qui dure toute la vie et qui est le sûr garant de la réussite.

LA SITUATION DU CUIR

Les prix des cuirs à semelle sont fermement tenus, les tanneurs espèrent sous peu pouvoir leur donner un bon coup de pouce.

L'exportation du cuir à l'henlock est bonne.

Les tannageux mixte, au chrome et au rhène sont en hausse et assez actifs, croquons à cuirroie assez recherchés. La déponille se vend bien.

Le marché du cuir à dessus est fort, mais les transactions sont plutôt calmes. Les cours continuent à être élevés. En veau le noir n'est pas aussi actif que le havane. L'exportation en cuirs vernis est plus active. Le mouton est calme.

S. UEBERREICH, Vienne Vi.,

AUTRICHE

MARIAHILFERSTRASSE, 103

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

Lisez
182, rue Lafayette, Paris (2^e) Téléphone 443-21

MODE COUTURE

La Confection Française
JOURNAL OFFICIEL DE L'HABILLEMENT
EN GÉNÉRAL

ABONNEMENTS
France 5 fr. par an
L'Union Postale 10 fr.
Le numéro 80 cessions

BULLETTIN COMMERCIAL DE LA
MERCERIE, CHEMISERIE, LINGERIE
NOUVEAUTES ETC.

Rédaction et administration
182, rue Lafayette
C. LAFAYETTE, 18, 20 et 22
PARIS (2^e) Téléphone 443-21

"LA CONFECTION FRANÇAISE" est l'organe de publicité de premier ordre touchant le commerce de gros, de détail et d'exportation. Pour tout renseignement concernant la rédaction, s'adresser à la Société Générale de Publications LA RECLAME UNIVERSELLE, 18, rue Lafayette, Paris. Directeur général: W. E. KARLISWEI. C'est le plus important Meuble de France pour la Publicité des industries manufacturières, techniques et commerciales.

OUATE EN PAQUETS

Garantie exempt de fils et autres matières étrangères inertes.

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

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

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



S. E. PORTER & CO.

Edifice Birks, MONTREAL.

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

Table Alphabétique des Annonces

<p>A</p> <p>Arlington Company of Canada, Ltd., The [Toronto]..... 26</p> <p>B</p> <p>Brock Co., Ltd., W. R. The 19</p> <p>C</p> <p>Confection française [La] 34</p> <p>F</p> <p>Fitzgibbon, Limited 22</p> <p>Fairbairn & Co., Ltd. [Toronto] R. D. 16</p> <p>Flett Lowndes & Co., Ltd 28</p> <p>G</p> <p>Garneau Ltée, Québec 35</p> <p>Greenshields Limited--</p> <p style="padding-left: 20px;">Etoffes à robes de Priestly 1</p> <p style="padding-left: 20px;">Pewny 26</p> <p style="padding-left: 20px;">Sous-vêtements marque "Health" 26</p> <p style="padding-left: 20px;">Pour le commerce d'automne 36</p>	<p>H</p> <p>Henderson, Robert & Co. 34</p> <p>O</p> <p>Omo Manufacturing Co. [The] 4</p> <p>P</p> <p>Penmans, Ltd. [Paris Ont] 24</p> <p>Perin Frères & Cie 14</p> <p>Porter S. E. & Co. 34</p> <p>R</p> <p>Racine & Co., Alph 20-21</p> <p>T</p> <p>Tooke Bros. Limited 3</p> <p>U</p> <p>Ueberreich, S. [Autriche] 33</p> <p>W</p> <p>Williams, Green & Rome Co., Ltd. [Berlin Ont] 2</p>
--	--

SALLE D'ECHANTILLONS

Montréal: 242 Rue St-Jacques
Chambre 2

SALLE D'ECHANTILLONS

Ottawa: 111 Rue Sparks
Chambre 2

SAISON 1912

Notre assortiment d'étoffes à robes comprend les lignes les plus à la mode et les plus récentes sur le marché. La marque "Renommée" est une garantie de leur supériorité.

Assortiment complet de lingerie pour dames; chemises négligées pour hommes, cravates, collets, etc.; rideaux, mousselines, soies, etc.; garnitures,

PRINTEMPS

GARNEAU LIMITÉE

QUEBEC

1912

Notre stock de calonnades, flanellettes, gingham, imprimées, étoffes à costumes, etc., est complet et dernier genre. Voyez nos échantillons avant de donner vos commandes ailleurs. Il est de votre intérêt d'attendre nos voyageurs.

Couvertures pour bûcherons, chemises d'ouvriers, chemises et caleçons, sous-vêtements pour hommes et femmes, etc.; tapis, rugs, carpettes, prélatés, pavillons, etc. Les commandes par la poste reçoivent toute notre attention. Donnez nous un ordre d'essai.

SALLE D'ECHANTILLONS

Halifax
Edifice Keith.

Quartiers généraux des marchandises en général.

Lorsque vous vous pourvoyez en vue de la vente d'été, rappelez-vous que nous pouvons vous fournir tout ce dont vous avez besoin dans toutes vos départements.

Pour le commerce d'automne.

Inspirez-vous de nos échantillons pour résoudre la question des demandes selon la mode. Voyez nos dernières nouveautés, ce sera pour vous une source précieuse de renseignements. Vous pouvez être certain que chaque département de notre grand entrepôt vous montrera ce qu'il y a de mieux et de meilleur.

Notez en particulier l'exposition des départements suivants :

Cotons—Tapis et fournitures de maisons—Mercerie et notions—Etoffes à robes—Mercerie pour hommes—Sous-Vêtements, bas et chaussettes—Soies—Laines—Dentelles et broderies—Gants—Marchandises lavables.

GREENSHIELD LIMITED
MONTREAL.