

les plus beaux fruits ou les plus beaux oeufs.

Un client demande le prix du beau céleri, il en achète trois pieds et reçoit trois pieds différents: un gros, un moyen, un petit; s'il s'agit d'oeufs, il y a dans la douzaine des oeufs de toute dimension.

Il y aurait cependant possibilité de satisfaire les clients et de ne pas les laisser sous la fausse impression qu'en lui livrant des marchandises de grosseur différente l'épicier l'a intentionnellement trompé.

Les fournisseurs de l'épicier sont à blâmer, la plupart du temps, pour la manière dont ils font l'emballage de leurs produits, mêlant indifféremment gros et petits fruits, légumes ou oeufs. Parfois même le dessus des boîtes, paquets ou barils est "paré" c'est-à-dire que le dessus ne se compose que des produits les plus beaux, alors qu'en dessous le vendeur a caché tout ce qui était inférieur.

Il y a bien une loi pour empêcher ce genre de fraude, mais elle ne s'applique guère qu'aux produits destinés à l'exportation ou mis en vente sur les grands marchés publics. Il est donc difficile que le détaillant qui achète directement du producteur, ait d'autre protection contre ce genre de fraude que la vigilance qu'il peut exercer lui-même au moment même où il achète et prend livraison de la marchandise. Qu'il ne craigne pas d'aller au fond des caisses, barils ou paniers pour s'assurer de la qualité des marchandises, il sera bien rétribué du peu de travail que lui causera cet examen. Il y gagnera à ne pas payer pour des produits disparates le prix qu'on lui demande pour des produits d'égale qualité ou grosseur. Si cette manière de vérification se généralisait on verrait bientôt les producteurs faire d'eux-mêmes la séparation des produits selon leur qualité et leur apparence, ils y trouveraient alors profit.

Mais en attendant, nous sommes certains que l'épicier qui voudrait se donner la peine de faire lui-même la séparation et de classer à part les beaux, les moyens et les petits produits et de les offrir ainsi classifiés à des prix différents, obtiendrait un succès réel auprès de ses clients.

Pour les oeufs on parle depuis longtemps de les vendre au poids; nous ne savons pas pourquoi on en parle toujours sans y arriver jamais, ce serait cependant la seule manière rationnelle de les vendre.

Nous croyons également que celui-là obtiendrait du succès qui, sortant de la routine, vendrait ses oeufs au poids et rien qu'au poids, sa clientèle serait certaine d'en avoir pour son argent.

## LE CREDIT ET L'ASSURANCE

L'incendie de Labelle dont nos lecteurs ont pu lire les détails navrants dans les journaux quotidiens donne une dure leçon au commerce.

Ce n'est certes pas la première et nous souhaitons que ce soit la dernière.

La plupart, pour ne pas dire tous les marchands de Labelle, perdent d'une manière irréparable tout ce que le feu a dévoré. On nous dit que s'il y avait des marchandises assurées, le montant en est minime.

Nos maisons de gros qui fournissaient les marchands dont les établissements ont été incendiés font des pertes sensibles.

Nous avons dit à différentes reprises dans ces mêmes colonnes ce que nous pensons du défaut d'assurance contre les incendies chez les marchands.

Nous le répétons encore puisque l'occasion est malheureusement trop favorable pour le faire encore.

Tout marchand devrait s'assurer pour sa propre sécurité et pour la sauvegarde des intérêts de sa famille. S'il ne s'assure pas et qu'il soit bien et dûment propriétaire absolu de toutes les marchandises qu'il a en magasin, il n'est coupable que d'imprévoyance et d'imprudence, en cas de sinistre il ne fait tort qu'à lui-même et aux siens, ce qui est déjà une faute lourde.

Mais si comme il arrive toujours ou presque toujours, une bonne partie des marchandises a été achetée à crédit et reste due aux fournisseurs, la faute est plus grave encore et frise, disons-le mot, la malhonnêteté.

L'honnêteté commerciale consiste à payer ce qui a été acheté et, par conséquent, à prendre les dispositions voulues, toutes les dispositions voulues et nécessaires pour payer dans tous les cas où un simple acte de prévoyance permet de le faire.

L'assurance est cet acte de prévoyance qui permet à l'incendié de s'acquitter de ses dettes envers ses fournisseurs et qui conque obtient crédit à pour premier devoir de protéger son créancier contre les risques d'incendie.

Actuellement, le désastre de Labelle qui ruine les marchands de cette localité, cause en même temps des pertes sensibles à maintes maisons de notre place. Nous plaignons les fournisseurs qui subissent des pertes à la suite du malheur de leurs clients, mais nous devons regretter qu'ils ne soient pas les premiers à exiger que leurs clients se protègent contre les risques d'incendie et par action réflexe les protègent eux-mêmes.

Nous savons des maisons de gros qui ont sur leurs en-têtes de lettres, de factures et de relevés de compte des avertissements dans le genre de la phrase

suivante: "Etes-vous assuré contre le feu?" C'est une excellente propagande en faveur de la protection contre l'incendie, mais cette propagande n'a guère d'effet que sur les gens qui comprennent les bienfaits de l'assurance, elle ne touche pas les ignorants et les indifférents. Pour ces derniers, il faut davantage.

Il est nécessaire de leur dire: Pas d'assurance, pas de crédit.

Le fournisseur, en un mot, ne doit accorder aucune avance de marchandises à un marchand qui se refuse à protéger son créancier contre un risque d'incendie toujours possible.

Une des premières questions à adresser à tout commerçant qui demande crédit est celle-ci: Etes-vous assuré?

C'est une question qu'on adresse rarement au client et on a tort, comme l'ont démontré maintes grandes conflagrations dans ces dernières années.

Les diverses associations de négociants de gros devraient s'occuper de cette question d'assurance et leurs membres s'engager à n'accorder crédit à aucun des marchands qui ne justifient pas d'une police d'assurance suffisante pour les couvrir des risques d'incendie.

## L'INSTRUCTION DE LA JEUNESSE

A la distribution des prix du collège de Remiremont qu'il présidait, M. Méline a prononcé un remarquable discours dont nous reproduisons le passage principal pour la plus grande édification des hommes d'affaires.

Le sujet pratique que traitait M. Méline est, plus que jamais, de circonstance, en substituant aux mots: "France" et "Français" les mots "Canada" et "Canadiens", les paroles de l'homme d'Etat français trouveraient, en notre pays, une application de pressante actualité.

Après avoir rendu bonne justice au personnel enseignant du collège et à son excellent principal, M. Thierry, il a déclaré que "si le collège de Remiremont, ainsi administré et dirigé, vaut le meilleur des lycées, c'est parce que l'enseignement y est très personnel, très individuel, l'hygiène physique et morale surveillée avec une extrême sollicitude."

L'instruction qu'on y reçoit est même plus complète, plus intégrale, comme on dit aujourd'hui. Elle est adaptée dans toutes ses parties aux besoins de la société moderne; elle offre aux enfants du peuple qui veulent faire leur éducation professionnelle des ressources qu'on ne rencontre pas dans toutes les grandes villes.

Le cours de dessin, dirigé par un incomparable professeur, M. Rondot, qui est à la fois un esprit pratique en même temps qu'un véritable artiste, est, de l'a-