

Tissus et Nouveautés

(TISSUES & DRY GOODS)

REVUE MENSUELLE

Publié par La Compagnie de Publications Commerciales (The Trades Publishing Co'y), 25 rue Saint-Gabriel, Montréal. Téléphone Main 2547, Boîte de Poste 917. Abonnement: dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1.00, strictement payable d'avance; France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration, et ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arriérages et l'année en cours ne sont pas payés. Adresser toutes communications simplement comme suit: **TISSUS ET NOUVEAUTÉS, MONTREAL Can.**

Vol. IX

MONTREAL, OCTOBRE

No 10

LES ELECTIONS ET LE MARCHAND

Au moment où nous écrivons, la période électorale touche à sa fin et, au point de vue des affaires, il faut s'en féliciter. Jamais en temps d'élection les affaires ne sont bien brillantes, car tout le monde est plus ou moins détourné de ses occupations habituelles, la politique prenant le pas sur tout le reste.

Il est bon et il est naturel que tout électeur consacre quelque temps à la discussion des mérites des divers candidats et fasse son devoir au jour du vote; mais, de là à négliger complètement ses autres devoirs, il y a loin.

Le premier devoir du commerçant est de s'occuper de son négoce et de ne rien faire qui puisse nuire à son commerce. Le marchand de la campagne qui, pendant la période électorale laisse dégénérer son magasin en salle de débat politique est assuré de faire fuir la clientèle. Quelle est la femme qui aime à se trouver au milieu d'un cercle bruyant, où l'on discute avec animation, où souvent les pipes exhalent l'odeur d'un tabac acre qui prend à la gorge aussi bien qu'au nez et où l'on crache de tous côtés?

Aussi, si se trouve que pendant la période électorale, il y a des marchands qui volent leur chiffre de ventes se réduire à leur plus simple expression.

Il est vrai que ces gens qui discutent, fument et crachent sont des clients du magasin et qu'il paraît difficile de les mettre dehors. Cependant, sans les brusquer, sans leur montrer la porte, on peut, avec un peu de diplomatie, leur faire comprendre qu'on sera heureux de les voir et de causer avec eux après les heures de vente. Dans le temps de la moisson un cultivateur ne supporterait pas qu'on l'empêchât de rentrer ses récoltes et lui-même comprendra qu'il ne doit pas gêner les ventes aux heures où elles doivent se faire.

C'est surtout dans les derniers jours de la période électorale que se forment des groupes pour la discussion des chances

respectives des divers candidats et sages sont les marchands qui pendant ces derniers jours ne se laissent pas plus détourner des affaires qu'ils ne le font en d'autres temps.

Nous sommes loin, bien loin de blâmer les commerçants qui prennent une part active aux élections fédérales, provinciales ou municipales. Nous avons même bien souvent dit, dans ces colonnes que, si les marchands en général se désintéressaient moins des luttes politiques, nous aurions dans nos Parlements moins d'avocats et beaucoup plus d'hommes d'affaires, ce qui vaudrait bien mieux et pour le commerce et pour l'industrie.

Combien d'hommes à la tête d'entreprises commerciales importantes, ayant pour les seconds et au besoin les remplacer dans leur gestion, des associés, des intéressés, combien pourraient briguer les suffrages et représenter dignement aux Chambres les intérêts commerciaux du pays.

Malheureusement, la politique semble de plus en plus devenir pour beaucoup une profession. Trop de candidats n'ont en vue que leur propre intérêt et songent bien moins à faire les affaires du pays que les leurs propres. C'est sans doute ce qui éloigne les meilleurs éléments de nos Chambres, et laisse le pays à la merci d'hommes qui, en grand nombre, ne vivent que de la politique et par la politique. Ils en vivent en attendant qu'ils se fassent caser dans quelque bonne place grassement rétribuée et pour laquelle ils sont généralement peu qualifiés.

C'est pour porter remède à cet état de choses que nous voudrions voir les commerçants s'unir et s'entendre, chaque fois qu'a lieu une élection. S'unir et s'entendre pour choisir dans chaque district électoral, un candidat qui représenterait vraiment les intérêts vitaux du pays.

Il est trop tard maintenant, pour l'élec-

tion du 26 octobre, de provoquer un mouvement dans ce sens; mais, il n'est pas trop tard pour que chaque marchand, dans chaque localité, fasse quelque propagande en faveur du candidat le mieux au fait des questions commerciales, de celui qui saura le mieux défendre et promouvoir les intérêts économiques du pays.

C'est ce candidat qui doit être, toutes autres conditions étant d'ailleurs égales, le candidat du marchand.

A PROPOS DES COLLECTIONS

Nous ne saurions trop conseiller à nos lecteurs de la campagne de ne pas perdre de vue que c'est immédiatement après les récoltes que leurs clients sont le plus en mesure de s'acquitter de leurs dettes.

Les cultivateurs ont, pour la plupart, vendu à l'heure actuelle une bonne partie de leurs récoltes; ils ont de l'argent. Ou, s'ils n'ont que peu vendu, il leur reste grains, foin, etc., qu'ils peuvent mettre sur le marché et se procurer immédiatement de l'argent. C'est donc maintenant plus qu'en tout autre temps qu'il convient au marchand de faire le nécessaire pour éteindre ou diminuer ses dettes de livres.

Nous savons qu'en ce moment tout le monde, marchands et cultivateurs, se laisse quelque peu détourner de la routine ordinaire des choses par les questions électorales.

Cependant, le marchand se doit à lui-même de surveiller ses propres intérêts et d'insister auprès de ses débiteurs pour qu'ils règlent leurs comptes.

Les élections n'empêchent pas les échéances d'arriver à leur date et, à l'échéance, il faut être prêt à payer.

Non seulement le marchand doit veiller à ses propres échéances, mais encore doit-il s'assurer la rentrée de ses avances. L'argent en caisse ou en banque vaut mieux qu'un compte dans les livres.