

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

du Commerce, de la Finance, de l'Industrie,
de la Propriété foncière et des Assurances.
Bureau: No. 32, rue Saint-Gabriel, Montréal.

ABONNEMENTS:

Montréal, un an \$2.00
Canada et Etats-Unis..... 1.50
France..... fr. 12.50

Publié par
La Société de publication commerciale,
J. MONIER, Gérant.

MONTREAL, 25 MAI 1888.

AVIS.

Nos bureaux de rédaction et
d'administration sont transpor-
tés au No. 32 rue Saint-Gabriel,
Montréal.

NOS RELATIONS AVEC LA
FRANCE.

Nos lecteurs trouveront se rappe-
leront que lors de l'inauguration
par la ligne Bossière de son service
de colis postaux à \$1.00, nous
leur avons signalé l'emploi que l'on
pourrait faire de ce service pour
se procurer à bon marché des
marchandises des grands magasins
de Paris, comme le Louvre le
Printemps etc.

Nous sommes heureux d'an-
noncer aujourd'hui que le Prin-
temps a eu la même idée que nous
et s'est empressé de la mettre en
pratique comme le prouve la circu-
laire suivante qu'il nous adresse:

GRANDS MAGASINS DU PRINTEMPS

PARIS

Service spécial des expéditions pour le
Canada

Afin de permettre à nos Clientes d'é-
tablir exactement le prix de revient de
nos marchandises rendues à destination,
nous nous chargeons d'expédier franco
de port, d'assurance et d'emballage (en bois
et en zinc) dans toutes les localités sui-
vantes: Québec, Montréal, Trois-Rivières,
Toronto, London, Hamilton, Suspension-
Bridge, Kingston, Ottawa.

Franco de port, d'assurance et d'em-
ballage moyennant une augmentation
sur le montant de la facture, de:

12 0/0	pour tout achat de 400 à 500 francs
11 0/0	" 500 à 600 "
10 0/0	" 600 à 700 "
9 0/0	" 700 à 800 "
8 0/0	" 800 à 1000 "

Au-dessus 1,000 francs, et dans l'intérêt
de nos clients, le fret proportionnel, basé
sur le volume, sera appliqué à raison de
40 francs le mètre cube, plus l'assurance
et l'emballage.

Les articles encombrants, tels que les
meubles, lits, matelas, sommiers, etc.,
ne peuvent bénéficier de la combinaison
ci-dessus; le port et tous les frais depuis
Paris restent à la charge des destinatai-
res.

Nous prions nos clients de spécifier,
dans leurs lettres, si les envois doivent
être effectués aux conditions de ce tarif de
combinaison, ou si nous devons leur
porter en compte les frais de port, d'assu-
rance, d'emballage déboursés par nous.

MODE DE PAIEMENT.

Les Compagnies de transport maritime
n'acceptant aucune marchandise grevée de
remboursement ou en port dû, nous prions
nos honorables clientes de bien vouloir
joindre à leurs lettres de commandes, en
mandats-poste, billets de banque, chèque
ou valeurs à vue sur toutes les villes de
France, le montant des articles demandés.

augmentés des frais de port et d'emballage,
conformément à nos tarifs de combi-
naison.

DEMANDE D'ECHANTILLONS.

Nous envoyons *gratuit et franco*, sur de-
mande *affranchie*, les Catalogues et les
Echantillons de tous les tissus, dont se
composent nos assortiments, mais nous
prions les Dames de toujours nous indi-
quer aussi exactement que possible le genre
des étoffes qu'elles désirent recevoir et d'en
fixer les prix approximatifs.

Ces envois s'effectuant avec la plus
grande complaisance, nous recomman-
dons de limiter chaque demande aux
besoins du moment, afin d'éviter de gros
envois d'Echantillons qui, étant souvent
conservés trop longtemps, finissent par
ne plus comprendre que des types d'ar-
ticles complètement épuisés.

En raison de la distance qui nous sé-
pare, un laps de temps assez considé-
rable, s'écoule entre nos envois d'échan-
tillons et la réception des commandes;
aussi prions-nous nos honorables Clientes
de nous désigner autant que possible, à
l'avant, les échantillons qui pourraient
suppléer au choix fait, si celui-ci venait
à porter sur un ou plusieurs articles é-
puisés dans l'intervalle.

Adresser toutes les lettres à MM.

JULES JALUZOT & C^{ie},

Grands Magasins du Printemps,
PARIS.

Les Grands Magasins du Printemps
n'ont qu'un seul prix de vente. Les
clients sont donc assurés de payer les
mêmes prix que s'ils choisissaient eux-
mêmes dans nos Magasins.

Nos lecteurs trouveront dans une
autre colonne la carte de M.
Edouard Painchaud, jeune peintre
décorateur de talent, ancien élève
de M. Napoléon Bourassa, au-
trefois l'employé de Meloche. Nous
nous faisons un plaisir de recom-
mander à nos lecteurs M. Painchaud
qui s'est acquis à force de travail
une réputation bien méritée d'ou-
vrier habile et consciencieux, à Ste
Cunégonde et ailleurs. Nous
sommes convaincu qu'il donnera
pleine et entière satisfaction à ceux
qui l'emploieront.

LE PROJET DE LOI DES LI-
CENCES.

Nous avons eu une connaissance
superficielle du projet de loi élaboré
par les soins du gouvernement
provincial pour remplacer la loi
actuelle sur le commerce des li-
queurs spiritueuses; les auteurs de
ce projet n'ayant pas jugé à pro-
pos de nous en faire remettre un
exemplaire, nous n'avons pu l'étu-
dier à fond.

En le parcourant à la hâte dans
les bureaux d'un confrère plus en
faveur que nous, nous avons cru
pouvoir au moins en dégager cette
idée: que le but des législateurs
était de diminuer les maux causés
par l'abus des liqueurs et boissons
enivrantes, en diminuant les occa-
sions que le public peut avoir de
s'enivrer, c'est-à-dire en diminuant
le nombre des établissements où
ces boissons sont vendues au dé-
tail.

Ce but est très louable; et tous
les efforts que l'on peut faire pour
y atteindre doivent être encoura-
gés. Mais encore est-il permis de
discuter la direction donnée à ces
efforts, les moyens que l'on se pro-
pose d'employer afin de voir si, on

n'a pas perdu de vue quelques-unes
des données de ce problème si com-
pliqué, et si, en voulant corriger
quelques abus, on n'a pas ouvert
la porte à d'autres qui pourraient
diminuer considérablement la
somme de bien qu'une législation
bien pondérée, logique et conforme
aux principes de la science écono-
mique, en même temps qu'à ceux
de la morale, serait appelée à pro-
duire.

Or, nous croyons trouver précé-
sément ce défaut dans le projet de
loi en question. Pour diminuer le
nombre des établissements où se
vendent les liqueurs enivrantes, les
auteurs du projet de loi proposent
d'augmenter considérablement le
prix des licences.

Il est un principe parfaitement
établi en économie politique que,
plus on impose de droits sur une
marchandise, plus cette marchan-
dise est importée en contrebande;
plus on élève les droits d'accise sur
un produit domestique, plus on
stimule la fabrication clandestine
de ce produit; plus on élève arti-
ficiellement le prix de revient d'un
article de consommation courante
et plus on en stimule la falsifica-
tion.

Il serait facile de fournir des
exemples de l'application de ce
principe; nous n'aurions qu'à citer
la contrebande des tabacs et des
dentelles sur la frontière entre la
France et la Belgique, la contre-
bande des montres et des mouve-
ments d'horlogerie sur la frontière
entre la Suisse et la France, le
nombre de distilleries clandestines
qu'ont fait surgir les droits d'ac-
cise énormes imposés par les Etats-
Unis sur la fabrication des alcools,
le nombre des buvettes clandesti-
nes que l'on trouve dans les loca-
lités où la vente des boissons alcoo-
liques est prohibée, et la mauvaise
qualité des boissons vendues dans
ces buvettes.

Ce sont là des faits connus de
tout le monde, des effets provenant
de causes identiques, dans tous les
pays et à toutes les époques. C'est
la logique des choses, c'est l'appli-
cation économique de cet autre
principe moral et philosophique
que plus la loi entrave la liberté
individuelle et plus les individus
sont portés à violer la loi.

Nous sommes en droit de con-
clure que dans notre province,
les mêmes causes produiront les
mêmes effets. Examinons un peu
ce que seront ces effets;

En doublant ou en triplant le
prix de la licence on obtiendra
peut-être la diminution des buvet-
tes, mais à coup sûr on ne les di-
minuera pas dans la proportion de
l'augmentation du prix. La plu-
part des propriétaires actuels de
licence qui, en général, font de
bonnes affaires, se risqueront à
payer le prix augmenté, quitte à
s'en dédommager aux dépens de
leur clientèle. Il est même proba-
ble que ce dédommagement ne
consistera pas en une augmenta-

tion du prix de détail de la boisson
au verre. On le cherchera ailleurs
et on le trouvera dans la sophistica-
tion du boisson. Or, nous avons
déjà établi que plus les boissons
sont frelatées, plus elles sont nu-
sibles à la santé. Voilà donc un
résultat tout-à-fait contraire aux
intentions des législateurs, qui dé-
coulera très probablement de l'ap-
plication de leur projet de loi.

Admettons cependant qu'il y ait

diminution, que le prix de la
licence soit porté à un chiffre si
élevé que le tiers ou la moitié des
buvettes actuelles soient forcées de
disparaître. Qu'en résultera-t-il?
Celles qui resteront devront com-
penser par une augmentation de
profits, l'augmentation du coût de
la licence. Ces profits augmentés,
elles les chercheront dans trois
directions: 1o l'augmentation de
leur clientèle; 2o l'augmentation
du prix de vente au détail; 3o la
diminution du prix de revient de
leurs marchandises.

Si leur clientèle augmente suffi-
samment pour leur permettre de
continuer à vendre au même prix
qu'aujourd'hui, les hôteliers n'aug-
menteront point leur prix de vente
au détail; et la loi aura complète-
ment manqué son but puisque les
buvettes restantes auront recueilli
la clientèle de celles qui auront
disparu; le nombre des clients sera
le même, seulement il sera mono-
polisé par les plus riches hôteliers;
le montant dépensé en boissons et
soustrait aux besoins de la famille
sera le même, sinon plus considé-
rable, et le nombre des ivrognes
n'aura pas diminué.

Il y a pis encore, c'est que les
hôteliers seront tentés avec plus de
force encore qu'aujourd'hui, à en-
courager leur clientèle à con-
sommer leurs boissons; leur inté-
rêt à faire cela se trouvera aug-
menté, et l'on sait que l'intérêt
particulier a bien des chances
d'être écouté même quand il se
trouve en désaccord avec l'intérêt
public.

L'augmentation du prix de la
vente au détail aurait-elle tous les
bons résultats qu'en attendent les
législateurs? Outre que cette aug-
mentation et problématique, nous
croyons qu'elle ne diminuerait
guère la clientèle de ces établisse-
ments et que, d'ailleurs, on n'y au-
rait recours que dans la proportion
nécessaire pour que la clientèle ne
diminue pas trop.

Car il faut bien se dire que les
hôteliers sont des gens pratiques.
Ils feront le calcul suivant dont la
logique est indiscutable:

Si nous payons le double pour
notre licence, il faut que nous fas-
sions le double de bénéfices. Or, si
nous augmentons les prix de ma-
nière à éloigner notre clientèle,
nous ferons moins de bénéfices et
par conséquent nous ne pourrons
supporter l'augmentation du coût
de la licence; il n'y a qu'un seul
moyen de s'en tirer, c'est de con-
server notre clientèle et de dimi-
nuer le prix de revient de nos mar-
chandises; là est la seule source de
bénéfices augmentés sur laquelle
nous puissions compter.

Et vous voyez que la logique du
raisonnement nous ramène à notre
première proposition, que l'aug-
mentation du prix des licences
aura pour résultat de stimuler la
sophistication des boissons alcooli-
ques au grand détriment de la santé
publique.

Enfin, si l'on parvient ainsi à ré-
duire considérablement le nombre
des établissements pourvus de li-
cences, on stimulera en même
temps, inévitablement, le trafic des
cabarets clandestins des buvettes
de contrebande, où l'on vendra la
boisson à bas prix, où on la vendra
frelatée et qui échapperont complè-
tement au contrôle de l'autorité.

Il existe comparativement peu
de ces bouges, aujourd'hui, ceux