

# LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publications des marchands détaillants  
du Canada, Limitée,

Téléphone Est 1185.

MONTREAL

Bureau de Montréal: 80 rue S.-Denis.

ABONNEMENT { Montréal et Banlieue . . \$2.50 } PAR AN  
                  { Canada et Etats-Unis . . 2.00 }  
                  { Union Postale, fra. . . . . 20.00 }

Circulation fusionnée { LE PRIX COURANT  
                          { Le Journal des marchands détaillants  
                          { Liqueurs et Tabacs  
                          { Tissus et Nouveautés

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année. A moins d'avis contraire par écrit, adressé directement à nos bureaux, quinze jours au moins avant la date d'expiration l'abonnement est continué de plein droit.

Toute année commencée est due en entier. L'abonnement ne cesse pas tant que les arrérages ne sont pas payés.

Tout chèque pour paiement d'abonnement doit être fait payable au pair à Montréal.

Chèques, mandats, bons de poste doivent être faits payables à l'ordre du Prix courant.

Prière d'adresser les lettres, etc., simplement comme suit: "LE PRIX COURANT," Montréal.

Fondé en 1887

LE PRIX COURANT, vendredi 29 septembre 1916

Vol. XXIX—No 40

## Le Détaillant et le Coût de la Vie--Fausse Impression du Public

La cherté de la vie est la question à l'ordre du jour; on en parle dans les sphères gouvernementales, on en discute dans les cercles commerciaux et industriels, on s'en plaint parmi le public en général qui, en sa qualité de consommateur ne manque pas de dire hautement son mécontentement et de faire peser la responsabilité de cet état de choses sur le marchand-détaillant qui est son fournisseur direct.

Que le coût de la vie soit devenu extrêmement élevé, cela ne saurait être discuté; c'est un fait établi par les chiffres et que les statistiques comparatives nous soulignent d'une façon tout à fait évidente. Mais de là à en tenir responsable de marchand-détaillant, il y a une marge que l'opinion publique a eu trop vite fait de franchir, emportée par sa douloureuse expérience des prix sans cesse croissants et par son désir de mettre le doigt sur la plaie dont souffre la population canadienne et à laquelle il se fait temps de porter remède.

Au demeurant, on ne saurait se montrer surpris de cette tendance à incriminer le commerçant, car à première vue celui-ci semble en effet, devoir porter la responsabilité de la situation anormale qui pèse sur nous, du fait de son contact journalier avec le consommateur qui est la grande victime de la montée disproportionnée des prix des articles de première nécessité. Le public qui est très prompt dans ses jugements s'est fait à peu près ce raisonnement: "Tous les articles de consommation sont devenus hors de prix, les produits qui semblent les plus abondants au Canada sont à des taux inabordables, or comme j'achète ces produits à mon marchand habituel, c'est lui qui doit les grever d'un profit illégitime et abuser d'une situation troublée par les événements de la guerre, pour grossir son patrimoine à nos dépens."

Cette argumentation a l'extrême défaut d'être on ne peut plus superficielle et d'être basée sur une déduction absolument fantaisiste et incompatible avec les principes commerciaux les plus élémentaires.

Il est un fait non moins probant que celui de la cherté de la vie, c'est qu'à l'heure présente, le marchand-détaillant a beaucoup plus de difficultés qu'autrefois à faire face à ses obligations et qu'il gagne beaucoup moins d'argent qu'il y a quelques années. Cette constatation établie par la statistique que plus de 30 p.c. des marchands se voient dans l'obligation de fermer leurs portes faute de pouvoir faire, aux prix actuels du détail, des profits suffisants pour subsister et payer leurs frais, démontre amplement que si le coût de la vie a pris une ampleur démesurée, le marchand-détaillant n'en est aucunement responsable.

Si le distributeur était le véritable auteur responsable de cette anomalie ses profits s'en trouveraient proportionnellement grossis et nous n'aurions pas à enregistrer journellement et les plaintes des commerçants et les faillites qui en sont la déplorable conclusion.

Il ne faut pas perdre de vue que le sort du marchand est intimement lié à celui du consommateur. C'est de la prospérité de ce dernier que dépend son succès, il ne saurait donc impunément lui imposer le joug d'une cherté inavouable qui n'aurait pour cause que le désir du lucre et l'appât du gain. Que certains spéculateurs, en des régions lointaines et encore presque inexplorées aient, en un temps, profité exagérément de leur situation particulière d'isolement pour pressurer les clients forcés de passer par leur intermédiaire, on ne saurait le nier, mais telles ne sont pas les conditions qui nous régissent actuellement. La concurrence, cette grande régulatrice des prix, est là pour

VOS CLIENTS LE CONNAISSENT COMME ETANT

*"Continuellement bon"*

VENDU PAR VOTRE MARCHAND EN GROS

TABAC  
**STAG**  
A CHIQUER