

Tissus et Nouveautés

(TISSUES & DRY GOODS)

REVUE MENSUELLE

Publié par La Compagnie de Publications Commerciales (The Trades Publishing Co's), 25 rue Saint-Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2347, Boîte de Poste 917. Abonnement: dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1 00, strictement payable d'avance; France et Union Postale, 3.50 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 arriérés et l'année en cours ne sont pas payés. Adresser toutes communications simplement comme suit: **TISSUS ET NOUVEAUTÉS, MONTRÉAL, Can.**

Vol. VI

MONTRÉAL, JANVIER 1905

No 1

VOYAGE COMMERCIAL AU CANADA

Correspondance Spéciale adressée au "Birmingham Daily Post."

Depuis plusieurs années, tel un astre de première grandeur, le Canada brille au firmament commercial. Dans ce pays sont parvenus des comptes-rendus tellement flatteurs concernant sa prospérité, que le plus apathique des manufacturiers britanniques a fini par se rendre compte de l'existence du Grand Dominion et de son Nord-Ouest. De là, sans doute, la cause de l'invasion de cette colonie par des commis voyageurs anglais qui depuis environ six mois s'y sont rendus—m'a-t-on assuré—en nombre jusqu'ici inconnu. Personnellement, j'ai été un de ces voyageurs, et comme tout ce qui concerne les voyages au Canada, en tant que source générale d'informations, présente en ce moment un intérêt tout spécial; *pro bono publico*, je me propose d'offrir ici un résumé des remarques que j'ai faites en cette occasion. On me pardonnera peut-être d'affirmer que bien que le Canada me soit nouveau, je suis un vieux "routier" connaissant par expérience presque tous les pays d'Europe; et, en outre, parfaitement au courant des marchandises que je dois vendre. Mes impressions ne sont donc pas celles d'un novice; ni mon expérience celle d'un type très commun au Canada—l'aventurier commercial, lequel s'est procuré quelques agences secondaires de marchandises qui, précédemment lui étaient totalement inconnues.

Ce fut donc avec de grandes espérances, et de belles perspectives, que je partis à la conquête de nouveaux champs à exploiter. Si je ne me représentais pas un sol vierge, non encore labouré par la charrue de l'agent d'affaires britannique; au moins je pensais être à peu près certain de rencontrer un peuple bien disposé en faveur des marchandises anglaises—un peuple vif à savoir les mérites d'une idée nouvelle; disposé à apprécier la nouveauté de certains dessins; à même d'établir une différence entre les articles bien faits et ceux rapidement confectionnés; et pardessus tout, un peuple qui, lorsqu'il achète, achète en grand de quantité. Il est facheux hélas! que j'aie à le consigner; mais la vérité avant tout; successivement toutes mes illusions furent anéanties. Même, je me suis amplement convaincu que ce qui n'est advenu n'est nullement exceptionnel. J'ai comparé mes notes à celles de plusieurs douzaines de voyageurs, mes collègues; notes qu'ils recueillirent durant leur premier voyage au Canada et je n'en ai pas rencontré dont le verdict fût sensiblement différent du mien.

Illusions évanouies

D'abord, considérons la faveur accordée aux marchan-

dises anglaises, que chez nous nous supposons être très recherchées des loyaux canadiens. Cette illusion doit disparaître tout comme d'autres croyances mal fondées. Au Canada, comme partout ailleurs, le patriotisme cesse dès qu'il faut mettre la main à la poche. Quel que soit le sentiment patriotique du Canadien, sa formule philosophique en affaires est "Le Canada pour les Canadiens", car tout d'abord il favorise les industries de son pays. Il est vrai, cependant, que ses sentiments de loyauté envers la Mère-Patrie, le poussent—toutes autres choses étant égales—à favoriser l'Angleterre de préférence à l'étranger; de là le tarif préférentiel. Mais, ses goûts, ses habitudes, sa façon de vivre le portent plutôt vers les américains. En tout; dans la façon de meubler leurs maisons, d'installer une manufacture, d'aménager un hôtel, d'établir une voie ferrée dans les questions d'hygiène, d'éclairage, de trafic urbain; même quant aux ports, les canadiens s'inspirent des progrès réalisés aux Etats-Unis. Cela d'après l'inflexible loi qui veut que le petit gravite autour du grand. Et il en est ainsi non seulement en vertu d'une loi naturelle, mais, même, dans ce cas cette dernière a été aidée dans ses effets par la longue négligence dont la Mère-Patrie a fait preuve vis-à-vis de sa colonie; c'est au point qu'on se demande comment une telle incurie n'a pas tout aussi bien, totalement sapé au Canada l'allégeance politique qu'il doit à l'Angleterre. Quand on fait cette remarque aux Canadiens, ils répliquent non sans raison—que ce n'est que depuis peu d'années que l'Angleterre a daigné, soit en politique, soit au point de vue commercial, entretenir des relations étroites avec le Canada. Ainsi se fait-il, que l'influence américaine présente l'obstacle le plus sérieux qu'ait à combattre le manufacturier anglais, dans la lutte entreprise de divers côtés, afin de s'assurer le commerce canadien.

En fait de marchandises décoratives: telles que bijouterie, articles plaqués, objets métalliques artistiques, lampes, verrerie, vaisselle—il faut là compter avec le goût américain; or ce goût se porte vers les choses légères et brillantes, par opposition aux articles plus unis et mieux finis qui donnent la caractéristique du marché britannique. Quant à la quincaillerie, à l'ébénisterie, aux cuivres de la bâtisse, aux appareils de chauffage ou ustensiles de cuisine à l'éclairage électrique, aux installations de plomberie ou d'hygiène; on a à faire face à une vive concurrence américaine qui, dans de nombreux cas, offre des articles brevetés plus intelligents, avec des notions commerciales plus à la main. Mais même dans les cas où l'existence entre les produits offerts aucune différence matérielle, on doit tenir compte des idées américaines et de la façon dont ces derniers procèdent quant aux choses de la cuisine ou de l'ameublement; on doit aussi se conformer aux modèles et aux règlements américains, que partout les Cana-