

vis-à-vis de leurs employés pour la vente de tels articles et ils sont les premiers à les enfreindre, dans leur désir de satisfaire leurs clients. Qu'on n'aille pas croire que ce soit là un signe de faiblesse de leur part; ils ne peuvent être soupçonnés de manque de fermeté, le commerce qu'ils ont établi et les efforts qu'ils ont dû fournir pour y arriver disent hautement qu'ils ont les aptitudes nécessaires pour monter une affaire et c'est une preuve d'habileté de leur part que ces concessions faites aux clients et qui peuvent au premier abord sembler être un indice de défaut de volonté.

Les améliorations.

Après l'inventaire, les chiffres obtenus devraient être passés au crible pour procéder à un examen minutieux des opérations de l'année et pour qu'il s'en dégage de nombreuses instructions concernant ce qui est à faire dans l'avenir. Il peut se faire que cet examen, laissant voir un certain profit sur les ventes brutes, déduction faite de toutes les dépenses, permette de remarquer qu'un certain pourcentage des ventes faites n'a pas supporté le taux ordinaire des frais généraux.

Il conviendra donc de reviser soigneusement les prix de vente de telles marchandises et si plusieurs concurrents sont dans le même cas, comme il arrive souvent, discuter avec eux des moyens à prendre pour augmenter le profit à réaliser sur ces articles de première nécessité. Avec la grosse concurrence qui sévit de nos jours et qui englobe tant de lignes, il est indispensable pour le détaillant d'avoir l'œil à ce que les articles qui forment la base de son commerce lui assurent un bon profit. D'ailleurs, toute chose vendue doit rapporter un profit, quel qu'en soit le volume de vente.

Au point de vue du compte d'escompte et d'intérêt, il est à remarquer que certains marchands se font une gloire de n'avoir jamais recours aux banques pour l'escompte de leur papier. En réalité, ce n'est pas un moyen d'obtenir une bonne fiche de crédit, et c'est bien au contraire par l'usage modéré du crédit dont on jouit qu'on s'attire la confiance des fournisseurs.

Toutes ces choses devraient être en ce temps de l'année l'objet de longs instants de réflexion et ceux qui y consacreront un peu de leur temps ne manqueront pas d'en tirer profit.

LES CONDITIONS ACTUELLES DU COMMERCE

LE COMMERÇANT DE DEMAIN

Jules Simon, un grand philosophe français, disait il y a cinquante ans: "L'argent se coalisera contre nos besoins et contre nos bras. Il nous tuera par le monopole et par l'exploitation... L'humanité tournera dans un cercle et rétablira l'esclavage par l'exagération de la liberté."

Ces prédictions sont maintenant en pleine voie de réalisation. L'argent, en effet, se coalise. De toutes parts des capitaux se groupent. Des magasins immenses se créent. Des sociétés puissantes se forment, et qui accaparent toutes les branches de l'activité industrielle et commerciale. Telle est la situation générale. Et si l'on consulte un savant, un philosophe, un économiste sur les causes de ces transformations profondes, ils répondent, avec un ensemble parfait, que des forces plus puissantes que la volonté des hommes les font évoluer sans cesse; vers le mieux ou vers le pire, il faut évoluer, c'est la loi de la nature.

Espérons que l'accaparement général n'existera que dans un temps très éloigné. Faisons tous nos efforts pour en retarder l'échéance. Souhaitons aussi, si nous ne pouvons mieux faire, que les générations qui viendront après nous soient douées d'une mentalité qui leur permettra de supporter allègrement l'esclavage futur, car l'accaparement général amènera fatalement une sorte d'esclavage qui ne ressemblera en rien à l'esclavage antique, mais n'en sera pas moins une forme d'esclavage moderne.

Quelle est dans cette mêlée humaine la position du commerce? Comment et par qui le commerce est-il exploité?

Il n'y a pas à nier que quelques puissantes maisons représentant dans les grandes villes ce qu'on appelle le haut commerce. Elles étendent leurs relations dans tout le Dominion. Elles font un chiffre d'affaires considérable. Les premières furent à leur début, l'objet de nombreuses critiques. Pendant bien longtemps elles furent considérées comme la plaie du petit commerce, plaie bien anodine comparativement à celle dont nous sommes atteints aujourd'hui. Mais le temps adoucit les choses. Le recul d'un certain nombre d'années permet de mieux apprécier les effets. Et si l'on veut sortir du cadre corporatif pour se placer à un point de vue moins spécial, on peut admettre

que ces maisons, dont les débuts furent modestes, représentent au plus haut degré l'évolution complète d'une carrière commerciale au cours de laquelle furent bien combinés, travail, initiative hardie, capital. Puis, suivant pas à pas les progrès de la science, mettant à profit les inventions modernes, elles prirent au cours de ces dernières années un développement extraordinaire. Il semblerait donc que, fondées par Pierre ou Paul, dirigées par X... ou Z..., elles existaient quand même, car elles reflètent le caractère commercial de notre époque.

Viennent ensuite, emboitant le pas, un certain nombre de maisons de premier ordre, moins importantes il est vrai, mais dont l'organisation ne laisse rien à désirer. Le merveilleux achalandage dont elles disposent, la qualité et le choix varié des marchandises qu'elles présentent avec goût, leur permettent de rivaliser avec les plus puissantes. Elles forment, dans leurs quartiers respectifs, des centres d'attractions pour les consommateurs. Donc au point de vue social, les grands magasins sont utiles. Malgré les difficultés qu'ils occasionnent au petit commerce, en lui rendant la concurrence plus dure, il ne saurait être question d'enrayer leur essor, parce qu'ils sont l'image du progrès. Il n'en est pas de même pour certaines sociétés d'accaparement, dites sociétés à succursales multiples; celles-ci jouent un rôle tout différent. Elles représentent l'argent avec toute sa force brutale; le trust dans toute l'acceptation du terme. Elles accaparent le commerce des denrées de première nécessité, et des objets les plus utiles à l'homme. Elles tuent le commerce individuel. Elles écrasent les malheureux qui se sont trompés en s'engageant dans la voie commerciale. Et nous ne parlerons pas des nombreuses victimes sorties des rangs de leurs collaborateurs.

L'évolution de ces sociétés devra s'accomplir dans une période relativement courte, car elles ne revêtent aucune forme de progrès. Elles ne répondent pas à un besoin. Où elles existent, le consommateur s'en sert à défaut des disparus, mais il l'accueille pas avec joie cette transformation commerciale. Le nom plaqué sur ces boutiques n'est qu'un nom sans personnalité. Et on pénètre à l'intérieur de la maison, cherchant l'âme, on ne trouve en la