

## QUE DOIVENT FAIRE LES MARCHANDS-DETAILLANTS POUR COMBATTRE LA PUISSANCE SANS CESSÉ CROISSANTE DES MAISONS VEN- DANT PAR CATALOGUE?

Nous devons reconnaître que les marchands-détaillants ne se sont pas assez préoccupés jusqu'ici de détruire les fausses annonces faites au public par les maisons vendant par catalogues et correspondance, et n'ont pas fait un effort assez sérieux pour en démontrer la supercherie. Il arrive assez souvent que des marchands-détaillants considèrent ces annonces trompeuses comme vraies. Prenons par exemple l'annonce si souvent répétée par ces maisons: "Nous vous ferons économiser le profit de l'intermédiaire." — "Nous achetons directement de l'usine ou du producteur." — "Nous achetons en quantités telles que nous pouvons vous vendre à meilleur marché que n'achète le petit marchand-détaillant."

Tout marchand de détail sait, s'il a tant soit peu étudié le sujet, qu'il y a très peu de lignes de marchandises qui puissent être achetées par le détaillant directement du manufacturier. Et s'il pouvait le faire cela lui coûterait plus cher, parce qu'il aurait à payer le coût supplémentaire imposé au manufacturier par la nécessité d'avoir un très gros personnel de vente pour écouler sa marchandise. Chaque jour les manufacturiers se rendent compte qu'il est plus avantageux pour eux d'apporter leur pleine attention à la manufacture de leurs produits et de les écouler ensuite par le canal des marchands de gros. Les manufacturiers ont fait la preuve, que vendre leurs marchandises en passant par le rouage légitime du commerce, est pour eux la méthode la plus économique. Il n'y a pas longtemps, une grosse maison vendant par correspondance émit le désir d'acheter une certaine ligne de marchandises directement du manufacturier. Elle donna toutes sortes de raisons pour cela et finalement prétendit qu'elle passerait un ordre de dix wagons à livrer au cours de l'année, si on voulait bien la placer sur la liste des marchands de gros. Le manufacturier sourit et répondit: "Mon commerce avec les maisons de gros, dans un seul de nos districts, s'élève à soixante-cinq wagons par mois, et vous ne pensez pas que je vais risquer cette quantité de commandes pour votre petit ordre. Si vous voulez mes marchandises, achetez-les des marchands de gros. Si vous les y achetez et si vous coupez les prix dans vos catalogues de façon à induire le public à acheter d'autres marchandises sur lesquelles vous faites deux ou trois cents pour cent de profit, nous donnerons instruction aux marchands de gros de ne plus rien vous fournir, et s'ils ne nous écoutent pas, nous refuserons de leur vendre."

L'annonce, qu'en achetant dans les maisons vendant par correspondance, on économise le profit de l'intermédiaire sur tout ce qu'on achète, n'est rien moins qu'une supercherie pour ne pas dire, un manque de loyauté vis-à-vis de votre localité. Voyons les procédés de ces maisons et voyons si elles peuvent économiser par leurs méthodes. Avant que le catalogue de la maison n'ait atteint le destinataire de la ville ou de la campagne il passe par les phases suivantes et entre les mains de:

- (1) Quelqu'un qui dessine le catalogue.
- (2) Quelqu'un qui imprime le catalogue.
- (3) Quelqu'un qui fait les vignettes.
- (4) Quelqu'un qui les délivre au bureau.
- (5) Quelqu'un qui procure les adresses.
- (6) Quelqu'un qui enveloppe et adresse les catalogues.
- (7) Quelqu'un qui les affranchit et les met à la poste.
- (8) Quelqu'un qui les met en paquets et les place dans le sac de la malle.
- (9) Quelqu'un qui porte le sac de la malle à la station.
- (10) Quelqu'un qui le charge sur un train.
- (11) Quelqu'un qui le décharge du train.
- (12) Quelqu'un qui le porte au bureau de poste.
- (13) Quelqu'un qui délivre le catalogue aux clients en ville.
- (14) Le client passe quelque temps à lire le catalogue à choisir quelque article et ensuite écrit une lettre.
- (15) Le client doit ensuite se procurer un mandat de poste ou inclure dans la lettre l'argent à ses risques et périls et enfin la maller.
- (16) Le maître de poste place cette lettre dans le sac à malle.
- (17) Le porteur de la malle la conduit à la station.
- (18) Le commis de la malle en charge du train la délivre à l'autre bout.
- (19) Une voiture de livraison du bureau de poste va la chercher.
- (20) Un commis des postes la sort du sac et la prépare pour le facteur.
- (21) Le facteur la délivre.
- (22) Le commis de la maison vendant par catalogue ouvre la lettre.
- (23) Le comptable crédite le client de l'argent reçu.
- (24) Le commis de magasin prépare la commande.
- (25) Une sténographe en accuse réception.
- (26) Le commis de livraison expédie l'ordre.
- (27) Le commis de la poste classe l'envoi pour la livraison par la malle.
- (28) Le paquet est placé dans le train.
- (29) Le commis de la malle le décharge du train.
- (30) Le livreur de la poste le livre au bureau local.
- (31) Le maître de poste le délivre soit directement au client ou le donne à un service de livraison rural qui coûte une grosse somme d'argent au gouvernement pour le bénéfice de ces maisons vendant par catalogue.
- (32) Le client prend possession de l'envoi et après un sérieux examen s'aperçoit qu'il aurait pu acheter un meilleur article dans sa propre ville et aider ainsi au marchand-détaillant local dont il peut avoir besoin.

Franchement, quelqu'un peut-il dire qu'il y a économie dans ce système de faire des affaires? Evidemment non. Et que l'on compare le procédé par lequel passent les marchandises quand elles suivent le canal naturel du manufacturier au marchand de gros et du marchand de gros au détaillant. On verra la différence.