

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publication des marchands détaillants
du Canada, Limitée,

Téléphone Est 1184 et Est 1185

MONTREAL

Bureau de Montréal: 80 rue Saint-Denis.

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

Circulation fusionnée { LE PRIX COURANT
Le Journal des Marchands détail-
lants
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 paya-
bles 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 19 janvier 1917

Vol. XXX—No 3

LE PROBLEME DE LA DISTRIBUTION

DISCOURS PRONONCE DEVANT LA MONTREAL
PUBLICITY ASSOCIATION LE 7
DECEMBRE 1916

Par

M. J.-A. Beaudry, trésorier du Bureau fédéral de
l'Association des Marchands-Détaillants
du Canada.

Monsieur le Président et Messieurs,

D'abord, permettez-moi de vous remercier de l'invitation que vous avez bien voulu me faire de vous parler du problème de la distribution, au point de vue du marchand de gros, du manufacturier et du détaillant, et j'estime que leurs relations avec le consommateur n'y seront pas étrangères.

On dit quelquefois que l'enfer est pavé de bonnes intentions, je dois ajouter que souvent, les bonnes actions ne sont que très peu souvent récompensées. Lorsque vous m'avez demandé de vous adresser la parole, j'ai accepté votre invitation sans hésiter, mais aujourd'hui, en me trouvant en votre présence, je comprends toute la responsabilité que j'ai assumée et je crains que ma compétence ne réponde pas à ce que vous attendez.

Mon intention, M. le président, n'est pas de critiquer indument le système présent de distribution, ou tout autre système préconisé. Je serai satisfait si je puis attirer votre attention sur quelques points marquants — les uns forts, les autres faibles — qui caractérisent notre présent système de distribution, et dans ma conclusion, j'aimerais faire une suggestion, car je trouve que dans cet ordre d'idées, nul ne peut faire de critique s'il ne peut en même temps offrir un remède qui puisse écarter sinon guérir les difficultés qui nous confrontent.

Le problème de la distribution est le chaînon de liaison entre le producteur et le consommateur. Le vérita-

ble problème peut se résumer à ceci: c'est que le consommateur doit être approvisionné des articles de première nécessité ou autres produits quand il en a besoin et là où il en a besoin.

Le problème pour les marchands de gros et les détaillants est celui-ci: "Comment pouvons-nous répondre aux besoins des consommateurs au plus bas prix possible?"

Mon raisonnement doit permettre de répondre à cette question d'une façon suffisante. Permettez-moi donc de faire un bref exposé de la situation présente.

La situation particulière créée au Canada

Le Canada a une grande superficie et une population relativement minime. Notre pays, en dehors des Provinces Maritimes et de certaines parties des Provinces du Québec et de l'Ontario, et même jusqu'à un certain degré dans ces provinces, est peuplé sur une surface limitée de chaque côté de la voie ferrée jusqu'à l'extrême Ouest. En général, notre population n'est pas dense.

Le commerce est développé en proportion de la population, et le coût de distribution est en proportion des distances à couvrir et de la population à satisfaire. Les distances longues et la population réduite, augmentent le coût de la distribution.

Pour surmonter ces difficultés et pour remplir la mission d'approvisionner le consommateur de produits alimentaires ou autres où et quand il en a besoin, un système a été établi que je dénommerai: "le canal naturel de distribution" — du producteur ou manufacturier au marchand de gros, du marchand de gros au détaillant et du détaillant au consommateur.

Ce système ne fut pas organisé pour le besoin de plaire à quelqu'un en particulier, mais fut simplement le résultat de certaines exigences d'ordre économique.

Les distances à parcourir sont tellement considérables et d'autre part, la population est si réduite que

VOS CLIENTS LE CONNAISSENT COMME ETANT

"Continuellement bon"

VENDU PAR VOTRE MARCHAND EN GROS

TABAC
STAG
A CHIQUER