emple, parle de son fournisseur en termes peu convenables, en voyant que les marchandises qu'elle a achetées sont marquées à des prix plus élevés de quelques cents que ceux qu'elle aurait payés comptant.

Pourquoi, alors, les gens ne règlent-ils par leurs comptes? Une des principales raisons, croyons-nous, est la négligence. On ne veut pas être ennuyé, on n'a pas le temps d'examiner le compte, on le fera sûrement la semaine prochaine, le mois prochain, mais pas maintenant. Le compte court indéfiniment; à la fin, le total commence à prendre des proportions telles que le marchand soupçonne quelque chose d'irrégulier quelque part. De là l'idée qui a cours que tout marchand est nécessairement un filou, quand au contraire les marchands forment une catégorie d'hommes d'une stricte intégrité, d'un honneur irréprochable.

Il existe une autre classe de débiteurs bien connue de tous les commerçants; ce sont ces débiteurs, qui ne sont pas pauvres, pas stupides, pas absolument malhonnêtes, qui ont peut-être une belle maison, de beaux vêtements, dont toute l'apparence extérieure peut être des plus respectables; mais leur compte est là depuis plus d'un an et ils ne veulent pas payer, ils ne veulent pas régler.

Plus le marchand envoie son compte régulièrement chaque mois, plus il se butte à un silence obstiné, et, si la moindre erreur s'est glissée dans un compte, le débiteur s'écrie: "Je ne paierai pas cela, mon compte est incorrect". Pendant ce temps le marchand, faute d'argent sonnante, ne peut faire face à ses échéances, mais qu'importe au débiteur? Il se tirera d'affaire là où le marchand échouera.

Maintenant, un conseil à l'acheteur inconsidéré—c'est-à-dire à la pauvre cliente qui ne réfléchit pas et qui demande un crédit temporaire. La personne a d'excellentes intentions et la volonté de payer ce qu'elle doit jusqu'au dernier sou. Mais elle est de celles qui inconsciemment poussent les marchands à agir contre leurs intérêts.

Sachant que l'argent de cette personne est sûr, le marchand la flatte d'une voix mielleuse et la pousse à acheter beaucoup plus qu'elle ne le voudrait parce que "c'est à si bon marché". En temps voulu le compte est envoyé à la maison de la cliente, dont le mari est déçu, le secret est gardé jusqu'à ce que la crise se produise, et la paix du ménage est rompue. Vous pouvez dire que tout cela est trivial et frivole; peut-être, mais ce n'en est pas moins vrai.

A propos de trivialités, il ne faut pas oublier que la vie est grandement composée de ces soi-disant petites choses. Ce n'est pas une chose de peu d'importance, toutefois, pour une personne pauvre de

contracter une forte dette envers un fournisseur; ce n'est pas une chose de peu d'importance pour une personne à l'aise de priver son fournisseur de ce qui lui est dû.

L'honneur et l'honnêteté sont des choses qui existent et ces deux qualités sont réunies chez tout homme droit; mais quand un homme est entièrement dépourvu de la première qualité, rien ne peut l'empêcher de devenir un membre gênant pour la société.

Voici trois bonnes petites règles dont l'observation épargne beaucoup d'ennuis, d'anxiété et de regret:

1. N'achetez que ce qui est nécessaire.
2. Achetez les articles les meilleurs dans leur genre.
3. Payez comptant tout ce que vous achetez.—[Geo. Bowker dans "Commercial".]

LES CLIENTS MECONTENTS

La manière de traiter un client qui a une plainte à faire est un problème qu'ont toujours à résoudre les vendeurs dans toutes les lignes et peu d'entre eux relativement possèdent l'art d'apaiser le plaignant, de le satisfaire et, en même temps, de défendre leur maison de commerce contre des demandes déloyales, dit W. H. Wade dans "Salesmanship."

Cela demande autant de tact que la vente des marchandises.

Dans nombre de cas, on peut mettre à profit une plainte faite par un client mécontent, pourvu que l'homme qui porte plainte soit sincère, mais se trompe.

Le vendeur devrait prendre une attitude conservatrice jusqu'à ce qu'il ait examiné entièrement ce qui a donné lieu à la plainte. S'il commence immédiatement à assurer au client qu'il a dû se tromper, celui-ci, qui se sent sûr de n'avoir pas fait d'erreur, considère qu'une insulte à son intelligence est ajoutée au tort qui lui a été fait ou qu'il croit lui avoir été fait. Déjà fâché, il devient obstiné et plus exigeant dans ses demandes pour obtenir une réparation. Dans ces circonstances, si le vendeur ne peut pas promettre de satisfaire à toute demande raisonnable, il perdra probablement une partie du patronage de son client ou même ce patronage tout entier.

Dans les cas où le tort causé à un client est purement imaginaire, ou bien quand le sujet de plainte est inventé par le client désirant se débarrasser des marchandises—et ces cas sont plus nombreux que les autres—le vendeur devrait prendre résolument le parti de sa maison.

C'est d'une pauvre politique que d'acquiescer aux plaintes d'un client, quand ses plaintes ne sont pas fondées, simplement par crainte de l'offenser et de perdre sa clientèle.

Si le client a fait une erreur, il s'en apercevra tôt ou tard; que l'affaire sera passée, le vendeur sera en mesure de démontrer le fait. Le client sera forcé de respecter le vendeur, en raison de l'attitude qu'il a prise et l'habitude sera prêt à reprendre ses relations d'affaires sur une base plus importante qu'auparavant.

Mais si le vendeur par faiblesse prend la part du client, croyant ainsi faire preuve de politesse, il s'expose aux critiques de sa maison et de son client, car lorsque ce dernier s'apercevra plus tard, comme cela arrivera presque à coup sûr, que sa réclamation n'était pas justifiée, il rendra compte que le vendeur est un être faible et que la maison qu'il représente est mal administrée.

La manière dont certains vendeurs admettent que le client doit toujours avoir raison et le marchand toujours tort est un indice soit de leur loyauté, soit de leur jugement en fait de commerce.

LES CHEMINS DE FER AUX ETATS UNIS

L'Interstate Commerce Commission de Washington vient de publier un rapport pour la presse des statistiques concernant les chemins de fer des Etats-Unis pour l'année terminée le 30 juin 1905.

A cette date, il y avait 218,119 milles de chemin à voie unique ou à 196.70 milles de plus qu'à la fin de l'année précédente.

Le nombre de milles de voies en exploitation pour lequel des rapports complets ont été adressés à la Commission était de 216,973.61 milles. La longueur totale des voies de toute sorte était de 306,796.74 milles avec une augmentation de 9,723.40 milles dont 3,449.2 milles pour voies de cours et de garage.

Le nombre des compagnies de chemins de fer dont les lignes sont comprises dans le rapport s'élevait à 2,167 dont 169 exploitant réellement.

A la fin de l'année 795.82 milles de chemins, soit 527.46 de moins qu'en 1904 étaient entre les mains de "receivers".

Le matériel se composait de 4,277 locomotives, de 1,842,871 chars de toutes sortes, dont 40,713 pour voyageurs, 409 pour marchandises et 79,749 pour le service des compagnies. Ces chiffres comprennent pas les chars appartenant aux chemins de fer des compagnies commerciales.

Ces chiffres représentent une moyenne de 223 locomotives et de 8,494 chars par 1000 milles de chemin.

Le nombre d'employés était de 1,196, soit une moyenne de 637 employés par 100 milles de chemin. On compte 54,817 mécaniciens, 57,892 chauffeurs, 41,061 conducteurs, 111,405 employés des trains, 45,532 garde-barrières et veilleurs.

Le nombre total des employés des chemins de fer, à part 3,229 qu'il est in-