

Commerce, Finance, Industrie

VOL. XXXV

VENDREDI, 13 FEVRIER 1903

No 7

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Publié par LA COMPAGNIE DE PUBLICATIONS COMMERCIALES (*The Trades Publishing Co.*), au No 25 rue St-Gabriel, Montréal.

Téléphone Bell - Main 2547
Boîte de Poste - - - 917

PRIX DE L'ABONNEMENT:

Montréal et Banlieue - \$2.00
Canada et Etats-Unis - 1.50
Union Postale - - fra. 15.00

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins qu'une année complète.

L'abonnement est considéré comme renouvelé si le souscripteur ne nous donne pas avis contraire au moins quinze jours avant l'expiration, et cet avis ne peut être donné que par écrit directement à nos bureaux, nos agents n'étant pas autorisés à recevoir tels avis.

Une année commencée est dûe en entier, et il ne sera pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages ne sont pas payés.

Nous n'accepterons de chèques en paiement d'abonnement, qu'en autant que le montant est fait payable au pair à Montréal.

Tous chèques, mandats, bons de poste, doivent être faits payables à l'ordre de "LE PRIX COURANT."

Nous nous ferons un plaisir de répondre à toutes demandes de renseignements.

Adresser toutes communications simplement comme suit:

Le Prix Courant, Montréal.

LES MENACES D'UN MONOPOLE

Un consommateur ayant un contrat d'éclairage à l'électricité avec une des compagnies englobées par la Montreal Light, Heat & Power Co., déclare à cette dernière qu'à la date de l'expiration de son contrat, il entend que le service de la lumière électrique dont il a à se plaindre ne lui soit plus continué.

Un des officiers de la compagnie, l'un des plus autorisés à traiter au nom de la Montreal Light & Power Co. répond au consommateur: "Si vous persistez à vouloir que nous ne vous continuions plus le service de la lumière électrique, nous vous couperons également le gaz d'éclairage et de chauffage".

Ce ne sont évidemment que des paroles, destinées sans nul doute à en imposer au consommateur qui, dans la crainte de se voir complètement privé de lumière et même de gaz pour besoins culinaires, consentira à renouveler son contrat pour l'éclairage par l'électricité.

C'est un procédé d'intimidation qui peut réussir, puisque la susdite compagnie l'emploie; cependant il ne réussit pas avec tout le monde et nous mettons la Montreal Light, Heat & Power au défi de mettre ses menaces à exécution, sans qu'il lui en coûte.

La Montreal Light, Heat and Power Co. n'a pas que des droits, elle a aussi ses devoirs envers le public. Qu'elle ne l'oublie pas; nous sommes, pour notre part, très disposés à les lui rappeler; à l'occasion, nous n'y manquerons pas.

Rien ne saurait obliger un résident de Montréal à passer par toutes les prétentions d'une compagnie. Du fait qu'elle a un véritable monopole pour l'éclairage, elle a en même temps l'obligation de fournir cet éclairage; elle ne peut donc sans motif légitime refuser à aucun citoyen le pouvoir éclairant, gaz ou électricité. Il ne lui appartient pas davantage d'obliger le consommateur à user des deux modes d'éclairage, gaz et électricité, en même temps. De même, ce n'est pas à la Montreal Light, Heat and Power Co. d'imposer un mode d'éclairage plutôt qu'un autre au consommateur.

Nous pourrions nous étendre plus lon-

guement sur ce chapitre, mais notre unique but, pour le moment, est de mettre en garde le public contre les tentatives d'intimidation de la Montreal Light, Heat and Power Co.

Au point de vue des affaires, la dite compagnie méconnaîtrait absolument ses intérêts, si elle mettait ses menaces à exécution et donnerait une bien pauvre idée de la façon dont elle gère les intérêts de ses actionnaires.

Un marchand qui refuserait de vendre à son client une pièce de coton et une pièce de flanellette, s'il ne prenait pas en même temps une pièce de mousseline, passerait aux yeux de son client pour un bien piètre commerçant.

Les menaces du haut officier de la Montreal Light, Heat and Power Co. laisseraient, si elles étaient mises à exécution, une impression beaucoup plus pénible encore dans le public.

Aussi répéterons-nous encore aux consommateurs: ne vous en laissez pas imposer par la Montreal Light, Heat and Power Co.

LA CLEF DU SUCCES

Le commerce—c'est-à-dire les ventes—va à celui qui "sait" l'attirer.

Il y a mille manières d'attirer les acheteurs, mille façons de se faire une clientèle, qui toutes peuvent se résumer à peu près en un mot: "bien traiter le client". L'un plaît par sa politesse; l'autre par son exactitude à remplir ses promesses; un troisième établira sa réputation par la qualité de ses marchandises; un quatrième, par ses bas prix, pourra compter sur la fidélité de sa clientèle, etc... etc...

Il est même des commerçants qui ont toutes les qualités qui plaisent à la clientèle. Polis, prévenants, affables, exacts, patients, ils vendent également bon et à bon marché.

Leurs affaires devraient, semble-t-il, prospérer et se développer sans cesse jusqu'à atteindre les gros chiffres et à leur procurer sinon une fortune, du moins une très belle aisance.

Combien en compte-t-on parmi ces commerçants aux multiples qualités commerciales, qui arrivent à gravir les éche-