

LISEZ UN JOURNAL COMMERCIAL

(Du Grocers' Review).

Tout marchand reçoit un journal quotidien, car sans lui il ne connaîtrait rien de ce qui se passe dans le monde. Bien peu, comparative-ment au grand nombre de ceux qui sont dans les affaires, s'abonnent à un journal commercial, et cependant, le journal commercial est tout aussi nécessaire à un homme d'affaires que l'est le journal quotidien. L'importance d'un journal commercial ne saurait être surestimée. Tout homme d'affaires devrait s'abonner à un journal commercial et le lire.

"Pas le temps de lire" disent certains marchands! C'est l'absurdité même, car le temps passé à lire, n'est pas du temps perdu et ne peut être employé à un meilleur usage. Les détaillants bien achalandés, ceux qui réussissent lisent des journaux commerciaux, annon-ces comme le reste, et augmentent ainsi la somme de leurs connais-sances.

CE QU'IL NE FAUT PAS FAIRE

(Du Grocers' Review).

N'oubliez pas l'escompte. Em-pruntez de l'argent et escomptez vos billets. Cela paie.

Ne vous imaginez pas que vos clients sont des sots et qu'ils ne con-naissent pas les points faibles de votre magasin. Ils les connaissent et en parlent.

Ne considérez pas vos marchan-dises autrement que l'argent. Sou-venez-vous en faisant crédit que vos marchandises ont une valeur qu'il vous faut payer.

N'essayez pas de faire un com-merce sans bénéfices. Rappelez-vous qu'il en coûte pour en vendre des marchandises et que le client doit en payer le coût.

N'achetez pas de marchandises à moins que nous ne voyiez claire-ment le moyen de les payer quand l'échéance sera arrivée. Le créan-cier a bonne mémoire.

Ne jouez pas avec votre compte de banque. Ne donnez pas de chèque antidaté et quoiqu'il arrive ne aites pas de billet de complaisance.

La banque en a vent bien vite, alors viennent les ennuis.

Ne vous attendez pas à ce que vos commis travaillent trop fort avec un salaire de neuf piastres par semaine. N'oubliez pas qu'il leur faut vivre et que tout homme est sujet à la tentation.

Pas de commérages avec vos clients. Gardez pour vous ce que vous savez des faiblesses de votre patron. Le savoir est une puissance, la parole est d'argent et le silence est d'or.

Ne discutez pas vos affaires per-sonnelles avec les voyageurs à moins de nécessité. Les voyageurs sont des êtres humains et ils peuvent parler.



Mercredi, 12 février 1902.

La semaine qui vient de terminer le carnaval laissera de bons souve-nirs. Les gens se sont amusés, et le commerce a reçu une impulsion nou-velle qui, pour être temporaire et n'avoir pas eu toute l'intensité dont elle était susceptible, n'en crée pas moins un précédent dont on pourra tirer profit pour les expériences à venir. Il est certain que les orga-nisateurs ont montré beaucoup de vigueur et d'esprit d'initiative, et, à ce point de vue, les voyageurs de commerce méritent une mention à part tant ils ont contribué au succès des amusements. Il y aura lieu, probablement, de faire encore mieux une autre année, mais il serait in-juste de ne pas reconnaître publi-quement le mérite de nos sportsmen. Sans doute, l'affluence des étrangers n'a pas été aussi considérable qu'on l'avait prévu.

Mais cela est dû à des circons-tances exceptionnelles, comme, par exemple, la formidable tempête qui a sévi dans tout le nord de l'Amé-rique dans les jours qui ont immé-diatement précédé l'inauguration des fêtes, causant un désarroi gé-néral dans la circulation des trains de chemins de fer. Au point de vue strictement commercial, et c'est le seul qui nous occupe présentement, il semble que l'expérience faite pourrait se continuer d'année en année, de manière à en faire une

institution québécoise. Nous savons que c'est l'idée de ceux qui se sont le plus mêlés au mouvement de cette année, et comme l'époque choisie est l'une des périodes les plus calmes pour le commerce, il semble que ce serait le moyen d'y mettre un peu de vie et d'activité.

Naturellement, dans tous ces entre-prises, il y a lieu de varier et d'amé-liorer les genres d'amusements; mais il paraît admis de tous que notre ville est l'une de celles qui s'y prêtent le plus admirablement. Nous avons là-dessus le témoignage précieux de gens absolument experts. Du reste, le sentiment public, à Québec, paraît être favorable à ces réjouissances; c'est dans le caractère de notre population. Encore faut-il que tout se fasse convenablement et dans l'ordre, cela va de soi, et l'expérience acquise démontre plei-nement qu'il est facile d'atteindre ce résultat.

Nous avons promis, la semaine dernière, de faire connaître l'opi-nion à propos des nouvelles heures d'ouverture et de fermeture des magasins Z. Paquet. Autant que nous avons pu nous en rendre compte, c'est une réforme qui est généralement bien vue. Nous avons cependant entendu faire la remar-que que les administrateurs de la succession Paquet, en agissant comme ils l'ont fait, se sont basés sur un calcul strictement d'affaires, sans tenir compte des questions de sentiment. Il n'est pas également évident qu'un tel exemple doive être suivi par des magasins de moindre importance.

Plusieurs mêmes sont d'opinion que la classe ouvrière occupée au travail jusqu'à six heures, souffrirait de la fermeture générale des maga-sins entre six et huit heures du soir. Il pourrait donc se faire que la règle posée par la maison Paquet ne fût pas acceptée par tout le mon-de et que, dans la période d'activité commerciale, nous ayons le spectacle du plus grand établissement fermé à six heures, alors que les magrsins voisins garderont leurs portes ou-vertes jusqu'à huit heures. Tel est le résultat de la petite enquête que nous avons faite.

EPICERIES

Sucres : Sucres jaunes, \$3.15 à \$3.55; Gra-nulé, \$4.00 à 4.10; Powdered 6 à 6½c; Paris Lump, 6c.

Melasses : Barbade pure, tonne, 31 à 33c; Porto Rico, 39 à 42c; Fajardos, 36 à 38c.

Beurre : Frais, 15c; Marchand, 14; Beurrerie, 20 à 22c.

Conserves en boîtes : Saumon, \$1.05 à \$1.50; Clover leaf, \$1.60 à \$1.65; homard, \$2.50 à 2.70; Tomates, 85 à 90c; Blé-d'inde, 85 à 90c; Pois, 90c.