

Commerce, Finance, Industrie

VOL. XXXII

VENDREDI, 22 NOVEMBRE 1901

No 21

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 - - frs. 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.

AYONS DES AGENTS COMMERCIAUX

Il se passe bien peu de semaines que nous n'ayons à regretter l'absence de débouchés pour les produits canadiens. Tantôt c'est une raison, tantôt c'en est une autre qui nous fait demander qu'on veuille bien se persuader que le Royaume-Uni n'est pas l'unique marché où le producteur canadien puisse vendre avec avantage et profit.

Nous avons déjà eu l'occasion de constater que notre production de fromage cheddar est telle dès maintenant que le marché anglais n'offre plus un débouché suffisant pour tout ce que nous fabriquons en sus des besoins de la consommation locale. Notre fromage, si apprécié en Angleterre trouverait aisément d'autres marchés si le moindre effort était fait pour l'y faire connaître.

Nos bois ne trouvent guère non plus d'autre débouché qu'en Angleterre, alors qu'ils pourraient et devraient s'exporter en maints pays. Nos forêts sont assez vastes pour que nous puissions décupler nos exportations sans tarir jamais nos immenses ressources.

Mais sans nous attarder à désigner plus particulièrement certaines marchandises d'exportation que d'autres, nous pouvons à un point de vue général démontrer l'absolue nécessité de créer à nos industriels, à nos manufacturiers à nos producteurs des débouchés au dehors.

Le Canada est un vaste pays, aux ressources variées et multiples, mais peu peuplé. Grâce au régime de la protection, on a pu établir maintes industries sur son sol, elles ont d'abord prospéré, puis se sont développées à un point tel qu'elles en sont arrivées à produire au-delà de ce qui est nécessaire à la consommation locale.

Elles ne peuvent trouver de salut qu'à la condition d'écouler sur les marchés étrangers leur surplus de production.

Nos manufacturiers, nos produc-

teurs peuvent difficilement par leurs propres ressources, leurs propres forces, leur propre travail faire des tentatives pour l'écoulement au dehors des marchandises qu'ils produisent. Ce serait souvent une expérience ruineuse et qui devrait se reproduire pour tous les genres d'industrie.

L'Association des Manufacturiers du Canada a, dans sa dernière Convention tenue, au commencement de ce mois, à Montréal, émis le vœu que le gouvernement nomme à l'étranger des agents commerciaux, des consuls si l'on veut, qui renseigneraient les producteurs du Canada sur les échanges possibles avec les pays auprès desquels ils seraient accrédités.

Nous avons un agent à Londres et un autre en Australie; les résultats obtenus sont une preuve de la nécessité d'étendre le nombre des agents commercés au dehors, si nous voulons progresser toujours davantage dans nos exportations, c'est-à-dire dans notre production.

Il est hors de doute que nous sommes loin, bien loin d'avoir avec certains pays les relations commerciales que nous pourrions et devrions avoir. Personne d'autorisé n'a fait connaître dans ces pays les produits que nous avons à offrir; personne n'a préparé les voies pour nos manufacturiers et nos exportateurs. Les gouvernements se succèdent; ils voient notre commerce extérieur progresser, nos exportations augmenter d'année en année et semblent se contenter de la progression naturelle des affaires, sans s'inquiéter d'aider nos industries à faire des pas plus rapides encore dans la voie du progrès.

Un marchand qui s'en tient à sa clientèle ordinaire et ne fait rien pour amener d'autres acheteurs à son magasin pourra maintenir ses ventes; mais au bout d'un certain temps ne les augmentera pas, à moins que sa clientèle habituelle n'achète davantage.

Or, notre client unique, la Grande-