

# 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, frs . . 20.00

Circulation fusionnée

{ LE PRIX COURANT  
Le Journal des Marchands détaillants  
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 20 juillet 1917

Vol. XXX - No 29

## LES DEUX COMMERCES DISTRIBUTEURS

par M. HORACE CHEVRIER

Président fédéral de l'Association des Marchands-Détaillants du Canada.

Au Canada, les deux parties commerciales en charge  
de la distribution des marchandises sont le commerce  
de gros et celui de détail.

Toutes deux sont aujourd'hui sur la défensive. Le  
cas de chacune d'elles s'allie étroitement à l'autre. Les  
besoins économiques exigent la révision de notre mé-  
canisme commercial et l'élimination de toute dépense  
inutile ou excessive.

Les fonctions du marchand de gros sont d'agir comme  
assembleur de marchandises, comme emmagasinier  
de marchandises par quantité dans les différentes sec-  
tions du pays et comme distributeur économique en  
petites quantités de ces marchandises, aux détaillants  
des différentes régions. Une raison de l'existence du  
marchand de gros et du marchand-détaillant, est la  
présente méthode de manufacture qui n'implique nul-  
lement le besoin d'un changement. L'efficacité étant  
le mot d'ordre, les manufacturiers se spécialisent à un  
degré toujours croissant. Il s'ensuit que s'il n'y avait  
pas de marchands de gros, les détaillants devraient en-  
treprendre des voyages fréquents et lointains pour se  
procurer l'assortiment que le public demande. Il est  
vrai qu'un groupe de marchands-détaillants pourrait  
s'entendre et choisir un homme ou une corporation  
dont les devoirs seraient de réunir les échantillons et  
de fournir une sorte de service pour un pourcentage  
donné. Ou bien, les manufacturiers pourraient en-  
voyer des échantillons à chaque détaillant, aux frais  
de ce dernier. Ces méthodes et d'autres encore pour-  
raient être employées pour remplacer le marchand de  
gros, mais aucune d'elles ne supprimerait le coût de  
rassemblement du stock et elles n'épargneraient pas  
au détaillant de coûteuses erreurs dans le choix des ar-  
ticles. Et par-dessus tout elles ne fourniraient pas au  
détaillant l'argent nécessaire pour emmagasiner la  
quantité requise de marchandises pour protéger le con-

sommateur contre les surprises du jeu des lois de l'of-  
fre et de la demande.

Ce qui précède, ainsi que bien d'autres raisons suffi-  
scent à démontrer que le détaillant ne peut profitable-  
ment ni avec sécurité se passer du marchand de gros.

La main-d'œuvre, pour être capable de consommer ré-  
gulièrement, doit être employée continuellement. Ainsi  
donc, suivant les saisons, l'approvisionnement doit être  
fait longtemps à l'avance et ces achats doivent être  
couverts par des crédits consentis par les banques.

Ces crédits, alors que basés en partie sur la confiance  
inspirée par le passé et par l'habileté présente des  
manufacturiers reposent aussi sur la marchandise et la  
suivent de l'usine à l'entrepôt avec une beaucoup plus  
grande certitude de la voir garder sa pleine valeur en-  
tre les mains des marchands de gros spécialistes que si  
elle était dirigée directement au magasin plus ou moins  
approprié du marchand-détaillant.

Le crédit deviendrait certainement très instable si  
les marchandises qui le supportent n'étaient pas, entre  
les saisons, en possession de maison, dont le capital,  
l'expérience et la carrière sont une garantie du soin et  
de la convenance avec lesquelles elles sont maniées.

Le marchand de gros est donc aussi nécessaire au  
manufacturier, au capital et à la main-d'œuvre qu'il  
l'est au marchand-détaillant et par ce dernier, au con-  
sommateur.

Mais les institutions nécessaires et utiles passeront  
si elles négligent de s'élever contre les formes de con-  
currence qui s'élèvent continuellement.

Et le plus dangereux concurrent du marchand de  
gros, à présent, c'est lui-même. La distribution au dé-  
tail, comme telle ne saurait cesser d'être. Mais le détail  
privé ou local peut facilement disparaître s'il manque  
de service vis-à-vis du consommateur, et c'est ce qui

Le Producteur de Ventes Avec Profits

TABAC NOIR A CHIQUER

Black Watch

