

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 détail-
lants
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 revision de notre mé-
canisme commercial et l'élimination de toute dépense
inutile ou excessive.

Les fonctions du marchand de gros sont d'agir com-
me assembleur de marchandises, comme emmagasineur
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-
sent à démontrer que le détaillant ne peut profitable-
ment ni avec sécurité se passer du marchand de gros.

La main-d'oeuvre, pour être capable de consommer ré-
gulièrement, doit être employée continuellement. Ainsi
done, 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 confian-
ce 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'oeuvre 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

