

LA SEMAINE COMMERCIALE

90-92 COTE DE LA MONTAGNE

QUÉBEC, VENDREDI, 1er MARS 1895

ABONNEMENT A

LA SEMAINE COMMERCIALE

Par année.....\$2.00

Pour 6 mois..... 1.00

Les avis de discontinuation d'abonnement, —

en sera de même des avis de changement d'adresse, — ne vaudront que s'ils sont adressés directement au bureau du Journal, par écrit ou autrement.

Renseignements

qu'on est toujours certain de trouver dans la

"SEMAINE COMMERCIALE"

Toutes les actions civiles intentées à Québec. Buletins de tous les bureaux d'enregistrement du district, depuis Trois-Rivières et Sherbrooke jusque dans le bas du fleuve.

Le mouvement de la construction à Québec et dans le district.

Toutes les faillites du Dominion. Changements commerciaux, entrées en affaires, déplacements, incendies, décès, nouvelles sociétés, dissolutions, etc.

Toutes les ventes en perspective, ventes par le public, enchères de propriétés ou de fonds de commerce.

Les prix du marché de gros et de détail de Québec.

Importations et exportations de Québec. Mouvement de la navigation, tableaux des barres, etc.

La Bourse de Montréal.

Le cours de l'or.

Le marché de Boston.

Le marché aux chevaux.

Personnes intéressées à recevoir la SEMAINE COMMERCIALE

Négociants, Industriels, Hommes de profession, Notaires, avocats, etc., Régistrateurs, Percepteurs du revenu.

Courtiers d'assurance, Agents de change, Architectes, Entrepreneurs, Navigateurs.

Fabricants de beurre et de fromage, Cultivateurs, Prêteurs d'argent, Spéculateurs sur biens fonds, Amateurs et commerçants de chevaux.

En un mot tous les hommes d'affaires.

AUX ABONNÉS

Prière de consulter le coupon d'adresse collé sur la première page du Journal. La date inscrite en regard de votre nom indique jusqu'où votre abonnement est payé. Évitez-nous, s.v.p., les frais de correspondance inutile, et renouvelez votre abonnement à l'échéance.

BARTHE & THOMPSON.

QUESTIONS D'ACTUALITÉ

On nous signale souvent, comme un sérieux grief et un non moins sérieux obstacle au progrès du commerce, la concurrence excessive engendrée par la cumulation et la confusion des négoes.

La spécialité s'en va, se plaignent amèrement les spécialistes, ceux qui s'en tiennent à une exploitation déterminée. Pendant que nous restons ici loyalement

enfermés dans notre petite sphère d'action, d'autres empiètent sans le moindre scrupule sur notre terrain. D'un côté, les grands magasins à la mode de Paris et de Boston, embrassant dans leurs multiples rayons tous les genres de commerce connus et inconnus; de l'autre, la petite mercerie ambulante, courant la pratique sur la rue et jusque dans les concessions des paroisses rurales.

Ainsi, le bijoutier se plaindra de ce que tout le monde vend de la bijouterie; le ferblantier de l'invasion du quincaillier sur son terrain, et ainsi de suite.

C'est là une question très délicate, qu'il faut toucher avec des gants blancs. En principe, nous sommes pour la liberté pleine et entière du commerce, et en même temps pour le respect des droits acquis.

Indiquons seulement pour aujourd'hui, quelques-unes des conditions de redressement de ce genre de griefs.

D'abord, l'esprit d'association. Si chaque corps de commerce avait sa chambre syndicale comme en France, avec certains pouvoirs de réglementation consacrés par l'autorité civile, nul doute que la protection des spécialités ne fût beaucoup plus facile.

Ensuite, le simple bon sens, qui conduit l'acheteur sérieux tout droit chez le spécialiste et l'expert honnête et consciencieux, quand il veut avoir le bon article, rien autre chose.

Une troisième condition qui n'existe pas en ce moment, c'est la prospérité générale des affaires. Quand le commerce va bien et que l'argent est abondant, on n'a guère le temps de songer à se plaindre de la concurrence.

Enfin, nous indiquerons comme dernier et excellent moyen la persuasion au moyen de l'annonce et de la publicité. Dans ce siècle d'activité intellectuelle et de lecture la persuasion est l'unique remède indiqué par les gens sages pour corriger une infinité d'infirmities humaines. Surtout dans les temps de crise commerciale, c'est celui qui crie le plus fort sa marchandise qui a le plus de chances de l'écouler.

Notre article de la semaine dernière, dans lequel nous conseillions aux hommes d'affaires la concentration des capitaux comme le meilleur moyen de faire de Québec un centre industriel important, paraît avoir vivement éveillè l'attention.

Il est diversement apprécié. C'est ce que nous voulons. Encore une fois, nous n'entendons pas dogmatiser en ces graves matières. Les opinions sont libres, et c'est précisément pour cela qu'il est bon de les agiter. La publicité n'a jamais fait plus de mal que la lumière, dont elle est l'image.

Naturellement, il faut faire la part des circonstances locales. A Québec, le capital, patiemment, paisiblement amassé sou à sou dans bien des cas, est d'une excessive timidité et n'a guère le goût des aventures. Il a encore trop présent à l'esprit le souvenir de mésaventures qui ne datent pas de bien loin, comme celles de la manufacture de chiques et de la filature de laine.

D'ailleurs, nous disant hier l'un de nos plus grands fabricants, l'industrie native de Québec est réduite à la modestie. Si elle se donnait des airs ambitieux, elle risquerait de se voir tomber dessus par les grosses organisations de l'ouest. Mieux vaut aller tranquillement, mais sûrement.

Cette manière de voir doit être juste sous bien des rapports, puisqu'elle est partagée par une foule d'hommes d'expérience bien plus vieux que la *Semaine Commerciale*. Tout de même, nous persisterons à prêcher la concentration et l'association. C'est notre devoir de journaliste de poser les principes; aux autres la tâche de les appliquer suivant les circonstances.

Il doit y avoir des industries nouvelles à créer, échappant au danger de rivalité fatale qui nous est signalé, il y a certainement aussi mille autres moyens de faire fructifier les capitaux dormants. Améliorations publiques rapportant des profits, inventions à exploiter, etc.

Encore une fois, il est inutile de compter sur des placements de capitaux étrangers dans nos entreprises, si notre propre capital a l'air de ne pas avoir lui-même confiance.

Faites naître une affaire, il en surgira dix autres tout autour.

On cherche depuis longtemps le moyen d'entraver la fabrication du whisky illécite, qui fait de si déplorables ravages en ce pays.

Nous allons en indiquer un au gouvernement, gratis. Il consiste tout simplement à rendre cette fabrication licite. L'idée n'est pas aussi paradoxale qu'elle en a l'air.

Il existe déjà de grandes distilleries canadiennes, qui inondent littéralement le pays de leur produits sans pour cela empêcher la petite distillation non licite. Quelle différence cela fera-t-il de légaliser celle-ci, avec des restrictions appropriées! Le gouvernement y gagnerait en revenu beaucoup plus que ce qui va aujourd'hui dans la poche des algazils de la douane, et la santé comme la moralité publique y gagnerait aussi énormément par un meilleur choix des éléments passés à l'alambic.

Il se perd tous les ans des quantités énormes de fruits impropres à la table, fraises, framboises, mûres, gadelles, raisins.