

LA BONNE FOI EN AFFAIRES

Des polémiques intéressantes ont eu lieu, dit le "New England Grocer", au sujet de savoir si un commerçant doit dire la vérité en ce qui concerne les marchandises qu'il vend. Quelques-uns sont d'avis que, s'ils disent la vérité sur leurs marchandises, beaucoup d'entre elles ne pourront se vendre. En partant de ce point de vue, ils prétendent qu'un marchand est justifiable de ne pas dévoiler les défauts qui existent, dans des produits alimentaires, dont il est reconnu que la qualité n'est pas de tout premier ordre, et de compter sur l'ignorance de l'acheteur pour écouler ces articles défectueux.

Beaucoup diront que ce sujet doit être discuté à un point de vue purement moral; il faut se souvenir que la morale a sa place en affaires et que, plus la morale est développée, même dans l'épicerie de détail, plus les affaires y gagneront. Plus un marchand s'applique à faire un commerce honnête, plus il en résulte de bien-être pour lui-même, pour ses clients et pour tous ceux qui sont intéressés directement ou indirectement à ses affaires.

L'honnêteté du bon vieux temps est le capital le plus profitable au commerçant. D'aucuns disent que c'est la meilleure chose à la longue, impliquant par là que celui-ci qui désire faire une fortune rapide, peut employer tous les moyens qui lui semblent bons pour y arriver. D'après cette hypothèse, un homme aurait le droit d'offrir en vente des marchandises d'une infériorité notoire, simplement pour s'en débarrasser. Peu importe que l'acheteur soit trompé ou non. Peu importe que la réputation de ce marchand ou celle de quelqu'un de ses amis en souffre: c'est de l'argent qu'il cherche à conquérir et non une bonne réputation. D'après cette manière de voir, il serait donc justifié d'employer un moyen quelconque pour obtenir cet argent.

C'est une erreur de croire que vous vendez moins, lorsque vous dites la vérité. Il n'y a qu'une fondation sur laquelle puisse être érigé un commerce solide: c'est l'honnêteté rigoureuse et de bon sens du bon vieux temps. Cette sorte de probité ne s'abaissera pas à une ruse, quelle qu'elle soit, pour gagner simplement quelques sous. Le marchand qui a cette probité dira à un client: "Certains articles ne sont pas de la qualité qu'ils devraient avoir, mais nous les avons à un certain prix, s'il le faut". C'est alors affaire à l'acheteur: s'il veut acheter en connaissance de cause, le marchand n'a rien à y voir. Cela serait fautif, s'il ne faisait pas connaître les défauts de la mar-

Epiciers,—avez-vous remarqué la constance des ventes d'ORANGE MEAT? Pas de mouvement spasmodique en haut ou en bas.

C'est exactement ce que nous aimons. Bien entendu, nous pourrions pousser ses ventes par une publicité abondante et coûteuse; mais

Orange Meat

fait lui-même sa réclame, solidement, également, régulièrement, justement parce qu'il est ici et veut y rester.

Les épiciers semblent apprécier notre politique, car nous avons certainement leur faveur.



The Frontenac Cereal Co.

LIMITED,

KINGSTON Ont.

chandise, et laissait le client l'acheter comme marchandise de bonne qualité.

Un marchand suppose-t-il un seul moment que tous les acheteurs ne savent rien sur la qualité des marchandises? Assurément, tous les acheteurs ne sont pas des experts en tout; mais chacun d'eux a quelque connaissance au sujet d'un certain article, et découvre rapidement tout défaut plaçant cet article à un rang inférieur. Si ces marchandises ont été vendues comme parfaites, quand même elles n'étaient pas garanties en mots si nombreux, le commerçant en souffrira sûrement.

La personne trompée en informera ses amis, et la nouvelle s'en répandra rapidement. Il est plus facile d'empêcher ces histoires de prendre naissance, que d'arrêter leur cours, une fois qu'elles se sont répandues.

Dans bien des cas, un client est trompé, sans que le détaillier sache quoi que ce soit sur la qualité des marchandises. Celles-ci sont achetées pour des marchandises répondant à la qualité type. Si elles n'y répondent pas, la faute en est au manufacturier, non au distributeur, et encore moins au distributeur détaillant. Mais si le détaillier a le moindre doute sur la qualité des marchandises, il devra s'assurer du bien fondé ou du non fondé de ses soupçons, avant de procéder à la vente de ces marchandises. Il devrait s'assurer par lui-même que tous les articles sont bien tels que représentés, avant de les vendre; autrement il laissera supposer que des marchandises sont ce qu'elles doivent être, alors qu'elles sont défectueuses.

A dire vrai, c'est ce qu'il y a de plus dans la pratique qui consiste à réduire les prix. Ce n'est pas tant l'action démorisatrice exercée sur le commerce par la réduction des prix, qui est à craindre, mais bien plutôt le fait qu'un stock plus ou moins médiocre est offert à des prix réduits. Cette pratique attire une certaine classe d'acheteurs, mais n'est pas avantageuse, et produit toujours plus ou moins de mécontentement. Bien plus, les commerçants qui ont l'habitude de réduire les prix—conservent rarement la meilleure clientèle de leur localité, même quand ils réussissent une fois à attirer. Ils n'ont comme clients que les acheteurs à la recherche d'une bonne aubaine, de bas prix, soit par nécessité, soit pour le plaisir de la chose. Ces derniers n'ont besoin d'aucune sympathie; quant aux premiers, ils ont la pitié de tous les marchands honnêtes. Le Président Roosevelt a dit que tout homme devrait agir franchement. Il n'agit pas franchement l'épicier détaillier qui vend des marchandises défectueuses en quoi que ce soit. Il trompe le client. Si ce lui-ci s'en aperçoit, et il y a bien des chances pour cela, le nombre des ache-