

LA LUTTE

UNE grosse question à l'ordre du jour dans le commerce de détail est celle des magasins à départements.

Nous avons dit dans notre précédent numéro que l'entente entre les épiciers de détail et leurs fournisseurs, marchands ou manufacturiers, était le véritable moyen d'enrayer le fléau toujours grandissant des grands magasins.

Ces magasins sont ruineux, pour le commerce de détail à spécialités, non pas tant par la réunion, sous un même toit, de toutes sortes de marchandises que par les bas prix auxquels ils vendent. Certes, le consommateur ne se plaint jamais de payer bon marché et il s'empresse toujours d'aller là où il peut économiser quelques centins, mais ce que nous avons vu, depuis que les magasins de draperies et de nouveautés tiennent boutique d'épicerie, peut difficilement rentrer dans la catégorie des opérations commerciales. Vendre au-dessous du prix coûtant n'est pas le fait d'un commerçant digne de ce nom.

Il est donc évident que les magasins à départements n'ont pas adopté la ligne de conduite qui leur fait "couper les prix," pour une période indéterminée. A ce jeu, les maisons les mieux établies et les plus solidement assises ne peuvent longtemps résister. Leur but en agissant ainsi est de faire prendre à la clientèle l'habitude du comptoir d'épicerie de la maison. Cette habitude prise chez le consommateur, les prix remonteront graduellement.

En attendant, les voisins qui ne peuvent se résoudre à adopter le même système pour soutenir la concurrence, voient les clients les abandonner un à un et songent déjà à la ruine qui les attend à courte échéance.

Jusqu'à présent, les moyens préconisés pour mettre fin au danger qui menace les magasins de détail à spécialité unique étaient plutôt théoriques que pratiques ; ils auraient peut-être pu retarder quelque temps encore la généralisation des magasins à départements mais ne seraient pas parvenus à les terrasser.

Nous doutons même que les vœux exprimés par bon nombre de commerçants d'imposer une taxe sur chaque département ne viennent se retourner contre leurs auteurs.

Il vaut mieux dire la vérité que de la mettre sous le boisseau et prévenir nos amis pendant qu'il en est temps afin qu'ils ne forgent pas eux-mêmes les armes qui serviraient à les combattre.

Nous sommes d'autant plus autorisés à parler ainsi que nos abonnés anciens peuvent se rappeler la polémique que nous avons soutenue quand un certain nombre de pharmaciens, dont l'un d'eux s'était fait l'inter-

prête, menaient une campagne ardente contre les épiciers vendant des médecines patentées.

Si les épiciers obtenaient contre leurs adversaires des taxes pour chacun de leurs départements, les pharmaciens ne tarderaient pas à faire adopter ou du moins à demander que pareille mesure fût prise à l'égard de ceux qui, n'ayant pas licence de pharmacien, vendent des médecines patentées ; qui sait où s'arrêteraient les réclamations ? Les charcutiers viendraient avec le saucisson, le lard et le jambon ; d'autres réclameraient pour les légumes, les fruits, etc., et voudraient que l'épicier s'en tint exactement à la vente des épices. Nous croyons réellement qu'il n'y avait qu'une seule mesure efficace pour atteindre le but proposé et cette mesure est en bonne voie d'exécution.

Les négociants en gros, fournisseurs des magasins d'épicerie ont eux-mêmes intérêt à maintenir le commerce d'épicerie de détail, car si les magasins à départements sont leurs clients aujourd'hui, ils ne le seront plus demain. Quand ces grands bazars auront établi leur clientèle d'épicerie ils seront à même, grâce aux capitaux dont ils disposent, de se passer de leur intermédiaire et d'acheter eux-mêmes sur les marchés de production ou de passer des ordres directs aux fabricants de produits manufacturés pour le commerce d'épicerie.

Le commerce de gros a donc un intérêt majeur à ne pas voir les conditions actuelles du commerce d'épicerie de détail se modifier.

Si les manufacturiers sont en rapports moins directs avec l'épicerie de détail, ils sont en transactions continues avec l'épicerie de gros ; par conséquent, leurs intérêts sont identiques et, comme le marchand, le manufacturier est intéressé à protéger le commerce de détail.

Le résultat n'est donc pas douteux ; ni l'un ni l'autre ne fourniront des marchandises aux grands bazars et ces derniers qui n'en sont encore qu'aux débuts dans la vente des épicerie ne lâcheront pas la proie pour l'ombre en risquant de gros capitaux pour aller chercher au dehors les marchandises qu'ils ne pourront plus trouver au pays.

Nous terminerons par un exemple qui leur prouvera que leur existence n'est menacée que s'ils le veulent bien.

Supposons, par exemple, qu'un fabricant de poudre à pâte n'accepte pas l'engagement de refuser de vendre son produit à un des grands bazars qui nous occupent. L'Association a un moyen bien simple à sa disposition, pour l'amener à composition, qu'elle le "boycotte." Quant le fabricant verra se fermer, pour ses produits, toutes les portes de l'épicerie, sa résolution sera bientôt prise.

Que tous les épiciers s'enrôlent donc dans l'Association et qu'ils s'unissent pour conserver leur existence commerciale menacée.