

## LES RELATIONS COMMERCIALES AVEC LA VIELLE FRANCE

Dans le but de développer les relations commerciales entre la France et l'Amérique du Nord, une délégation d'hommes d'affaires et de financiers vient d'être envoyée de ce côté de l'Atlantique par le gouvernement français. Les personnes chargées de cette mission sont : M. Maurice Damour, député des Landes et secrétaire de la commission du budget ; M. J. Chaffour, représentant le Crédit Foncier ; M. Georges Vibien, directeur de la Banque Nationale de Crédit et M. E. Delasalle-Thériez, représentant les industries textiles de France.

Ces experts ont étudié nos méthodes, visité nos industries, parlé à nos hommes d'affaires et fait une enquête très complète pour s'assurer de la possibilité d'étendre les relations commerciales entre leur pays et le nôtre.

Grâce à la courtoisie de Sir George E. Foster, le Ministre du Commerce et de l'Industrie, de l'honorable M. Patenaude et des autres ministres, ainsi que des présidents du Board of Trade, M. Benson, de la Chambre de Commerce de ce district, M. Pauzé, de la Chambre de Commerce Française, M. Genin ; de l'honorable sénateur Beaubien, de M. Huntley Drummond, du Consul Général de France, M. Bonin et de nombre d'autres notabilités de la Finance, du Commerce et de l'Industrie, la délégation a pu étudier à fond les ressources financières et commerciales du Dominion.

M. Damour, qui dirigeait la mission, est convaincu que l'avenir des relations franco-canadiennes s'annonce bien. Il suggéra, cependant, qu'une mission identique à la sienne, comprenant des représentants officiels du gouvernement, des banquiers et des manufacturiers canadiens, soit envoyée dès le printemps, en France où une chaleureuse réception leur est promise.

Quant aux besoins de la France, M. Damour nous dit que son pays devra rénover ses industries comme conséquence de la guerre. Une grande partie des établissements industriels a été détruite par les Allemands. Il faudra reconstruire les territoires dévastés et réorganiser l'industrie de tout le pays.

Depuis vingt ans, la France a acheté de l'Allemagne pour plus de \$200,000,000 de machineries. Après la guerre la France ne continuera pas à s'approvisionner de ces articles en Allemagne. Une partie considérable, surtout dans la ligne des instruments aratoires, sera importée du Canada.

Un autre produit que la France achetait en Allemagne c'est l'amiante. La mission a découvert que l'Allemagne elle-même importait son amiante du Canada. Si l'on avait été au courant de ce fait en France, on aurait, cela va de soi, supprimé l'intermédiaire et acheté directement au Canada.

Un des bons résultats de la visite de la mission française c'est que les principaux corps commerciaux du Canada ont décidé d'envoyer sous peu en France une délégation d'hommes d'affaires pour étudier sur place les besoins du pays et le gouvernement français a été officiellement avisé de cette décision.

Il est bon d'être enthousiaste à l'idée des affaires phénoménales que la France est toute prête à nous donner — mais il nous faut rendre ces affaires possibles en établissant entre les deux pays un échange mieux balancé de leurs produits respectifs. Nous de-

vons nous rappeler que le problème qui nous confronte, c'est celui de la transportation. Il est comparative-ment facile aux compagnies transocéaniques de se procurer des chargements pour le Canada dans les ports français, mais les cargaisons de retour sont de si peu d'importance que les compagnies de transport ne sont pas du tout anxieuses d'établir des lignes directes entre le Canada et la France, sachant qu'elles ne peuvent pas les exploiter avec profit.

La plus grande partie des exploitations que nous faisons en France passe par les Etats-Unis ou l'Angleterre, ce qui occasionne une augmentation du coût de l'expédition, due au transbordement. Nous devons nous efforcer d'établir des services réguliers entre le Canada et la France, et le seul moyen de forcer les compagnies de transport à les établir, c'est d'augmenter nos exportations dans de telles proportions que les cargaisons de retour rendent profitable l'exploitation de ces services.

## L'ARTICLE DE LUXE ET DE FANTAISIE DANS L'ÉTALAGE.

Dans l'étalage, il faut prendre comme principe, que plus un objet est de fantaisie, plus il doit être mis en évidence que tout objet de luxe, dont on peut se passer, et que l'on achète que parce qu'il vous flatte : bijouterie, parfumerie, binteloterie, objets d'art, etc., plus de la moitié de tous ces objets, — et nous sommes certainement au-dessous de la vérité — ne se vendent que parce qu'on les a vus en "vitrine", qu'ils ont plu, et que, tout à coup, on s'est senti ou le besoin ou simplement le désir de les avoir. Les orfèvres, les bijoutiers l'ont si bien compris que la plupart ont mis tout ce qu'ils possédaient de marchandises dans leurs vitrines, et, je suppose que si, pour une cause ou pour une autre, il fallait supprimer ces vitrines, la plupart de ces commerçants verraient leur chiffre d'affaires baisser de moitié.

Il est facile de comprendre que l'on peut très bien se passer d'une bague, ou autre fantaisie, mais que l'on se passe moins facilement d'une robe, d'un pantalon, car ces objets sont de première nécessité, et font sentir qu'ils ont besoin de remplaçant.

Il y a donc moins de tentations à produire pour ces articles, et l'étalage, dans ces conditions, n'est qu'un avant-choix pour le client, qui, le plus souvent, fait un tour aux étalages de plusieurs commerçants avant d'arrêter définitivement son choix.

Lorsque l'on achète une cravate, croyez-vous que ce soit toujours par besoin. Non, n'est-ce pas ? En vous promenant, vous vous êtes arrêté à la devanture d'un chemisier, vous avez aperçu un étalage de cravates ; ces cravates, mises en valeur, habilement disposées vous ont séduit ; vous ne pouvez résister à la tentation, vous entrez, vous en achetez une ; c'est une fantaisie, car cette cravate ne vous était pas d'un besoin urgent, et il en est ainsi pour tout ce qui est objet de luxe.

Il y a donc une grande différence entre l'article de luxe et l'article de nécessité. Il faut donc en conclure que l'article de luxe doit passer avant l'article de nécessité dans l'étalage, ce qui ne veut pas dire de négliger ce dernier.

En un mot, ne laissez pas les articles de luxe dans les tiroirs, le succès appartiendra au plus tentateur.