

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 } PAR AN
 { Canada et Etats-Unis . \$2.00 }
 { 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 11 janvier 1918

Vol. XXXI—No 2

LE MANQUE DE COOPERATION

Depuis quelque temps, les difficultés du commerce qui, depuis le début de la guerre, s'étaient abattues sur nos marchands, semblent devoir se multiplier et les nouvelles réglementations qui émanent journellement du bureau du Contrôleur des vivres ne sont pas pour simplifier la tâche de ceux qui sont les grands distributeurs du pays.

Et déjà, parmi le commerce de détail, se manifeste une sorte d'effroi que certains ont peine à maîtriser, et qui indique bien l'inquiétude qui règne actuellement parmi les membres de cette classe laborieuse de notre société. Il est bien évident que la confiance s'en va rapidement de l'esprit de beaucoup d'entre nos marchands et qu'une véritable panique est à redouter, si une prompte organisation ne vient ramener le calme parmi eux. C'est précisément à cet instant critique, que l'on s'aperçoit combien l'organisation fait défaut dans les différents corps commerciaux du pays et combien l'indifférence latente qui règne parmi les divers échelons du commerce peut causer de tort aux intéressés qui ont ignoré la solidarité bienfaisante, et se sont renfermés dans une individualité anti-sociale, dont l'égoïsme pèse actuellement lourdement sur leurs épaules, alors que l'on demande au peuple un effort commun et concerté pour supporter la participation à la guerre qui nous a été imposée par la majorité des citoyens du pays.

Les marchands ont besoin, dans une telle période de chambardement et de réforme, d'être armés pour la défense de leurs intérêts, il faut que des voix s'élèvent pour endiguer les passions qui peuvent déchaîner contre eux les mesures vexatoires et imposer à leurs affaires l'entrave de restrictions inopportunes.

Il est regrettable de voir qu'en pareilles circonstances, les manufacturiers, les marchands de gros et les détaillants, à part de très rares exceptions, restent cantonnés dans leur tour d'ivoire, se regardant plutôt en ennemis qu'en collaborateurs et ne faisant nul effort pour amener entre tous des relations amicales que l'approche du danger devrait pourtant nouer instinctivement.

Sans vouloir faire de reproches à quiconque, mais voulant parler avec franchise, nous serions tentés de tenir responsables de ce manque d'organisation et de coopération dans le commerce, les manufacturiers et les marchands de gros qui, formant la classe dirigeante du commerce, devraient avoir à cœur de grouper autour d'eux étroitement les marchands-détaillants pour discuter fréquemment avec eux des problèmes journaliers qui se posent à l'intelligence et à l'initiative de tous. Or, combien sont rares ces manifestations de rapprochement, combien sont disséminées les occasions de rencontre entre marchands de gros, manufacturiers et détaillants. Et pourquoi ne les fait-on pas naître, ces occasions, pourquoi les potentats du commerce ne lancent-ils pas un appel fréquent à ceux qui sont la base de leur prospérité. Cet appel serait accueilli avec joie et on y répondrait avec empressement. Mais les manufacturiers ou marchands de gros se disent trop affairés, c'est à peine si on a le temps de leur adresser un mot au passage, et si de leurs bouches seigneuriales, des réponses brèves et insignifiantes daignent tomber lorsqu'on leur demande leur avis sur telle ou telle mesure qui les concerne, eux et les détaillants dont ils sont solidaires, cependant. On dirait que semblables à des étoiles théâtrales, ils ménagent leurs effets ou rarement leurs apparitions en public pour s'auréoler de mystère. Il nous semble que les marchands gros, vraiment soucieux de voir la prospérité commerciale subsister, en dépit des difficultés multiples de l'heure présente, devraient se tenir en contact continu avec la masse des marchands-détaillants, les réunir ou échanger avec eux, par correspondance leurs vues, leurs projets, de façon à entretenir un lien constant d'intérêt et de sympathie entre tous les éléments commerciaux du pays. Ils auraient tout à y gagner d'ailleurs. On sait que certains articles tels que le sucre, sont vendus à perte par les marchands de gros. Si de telles questions étaient discutées en commun, ne trouverait-on pas une base d'entente et de justice? Il y a, à ce point de vue, une expérience à tenter, nous ne doutons pas qu'elle soit concluante.



Ne courez aucun risque de perdre des ventes; ayez toujours en
mains un ample stock de

TABAC NOIR A CHIQUER

Black Watch

