

# LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publications des marchands détaillants  
du Canada, Limitée,

Téléphone Est 1185.

MONTREAL

Bureau de Montréal: 80 rue S.-Denis.

ABONNEMENT { Montréal et Banlieue . . \$2.50  
Canada et Etats-Unis . . 2.00 } PAR AN  
Union Postale, frs. . . . 20.00 }

Circulation fusionnée { LE PRIX COURANT  
Le Journal des marchands détaillants  
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 payables 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 août 1916

Vol. XXIX—No 33

## PRATIQUE COMMERCIALE DELOYALE CONDAMNEE PAR LA COUR

M. E.-M. Trovern, secrétaire du Bureau Fédéral de l'Association des Marchands-Détaillants nous a fait parvenir le rapport suivant concernant l'action prise contre un commerçant qui vendait dans un but de publicité, de la moutarde frelatée pour de la moutarde pure, à un prix impraticable pour un produit véritablement pur. Le cas ne manquera pas d'intéresser nos lecteurs qui y reconnaîtront la manière peu scrupuleuse dont agissent certains marchands pour s'attirer la clientèle—en la trompant bien entendu.

Le 17 mai dernier, une annonce de la Robert Simpson Co., Ltd., paraissait dans le journal "Toronto World" rédigée comme suit: "Moutarde pure en vrac, 23c la livre." Cette annonce figurait parmi un grand nombre d'autres produits d'épicerie qui étaient publiés constamment dans leurs annonces régulières composée d'articles de nouveautés, de chaussures, de vêtements, de viandes et d'autres articles. Le département d'épicerie se compose de lignes manufacturées par des maisons bien connues propriétaires de leurs marques de marchandises; les prix réguliers de ces produits sont bien connus des ménagères qui lisent ces annonces. Les articles qui sont vendus de façon régulière à 25c et qui rapportent peu de profit, sont ordinairement annoncés à 24c, de façon à donner l'impression à la majorité du public qui ne réfléchit pas, que tous les articles de nouveauté, les papiers de tapisserie et autres lignes du magasin qui en a fait presque un monopole sont aussi bon marché, en proportion.

En d'autres termes, certains magasins prennent graduellement les lignes bien connues sur lesquelles les manufacturiers ont dépensé des milliers de dollars en publicité pour les faire connaître au public et ils s'en servent comme appât de façon à attirer le public et lui

vendre des articles sur lesquels ils gagnent un gros profit. Il arrive un temps où ces lignes bien connues disparaissent du marché, leur publicité étant perdue, car le commerce refusera de tenir des articles qui sont pris par des gens qui en diminuent les prix réguliers pour pousser la vente d'articles qui sont peut-être faits par ou pour ces magasins-coupeurs-de-prix et qui pour la plupart comportent de gros profits.

Il y a des manufacturiers qui sont intransigeants sur ce point. Ils ont dépensé des années de leur temps et de leur pensée et déboursé des milliers de dollars pour produire des bonnes marchandises et sous aucun prétexte, ils ne permettraient qu'on les vende à prix réduits dans le but de faire affluer le public irréfléchi dans ces magasins indésirables. Ils disent carrément aux coupeurs de prix qu'ils leur défendent d'employer leurs articles comme amorce pour le public. Parmi les maisons qui ont adopté cette bienfaisante politique, la Canadian Shredded Wheat Company se dégage bien en relief. Elle a une politique commerciale loyale et bien nette et tous ceux qui manient leurs produits, l'ouvrier qui les fait, le propriétaire de l'usine, le marchand de gros et le marchand-détaillant, tous reçoivent une rémunération légitime pour leur travail et le consommateur obtient un article de qualité, propre et hygiénique à un prix modéré. N'est-ce pas là la véritable manière de faire des affaires? Nul coupeur de prix ou pirate du commerce ne peut employer Shredded Wheat comme amorce à prix réduit, la maison ne permettrait pas une seconde ce procédé et c'est là, la véritable façon dont doivent être vendues les marchandises. Se servir d'articles bien connus comme piège est un procédé décevant et les annoncer parmi d'autres lignes que le public connaît

VOS CLIENTS LE CONNAISSENT COMME ETANT

*"Continuellement bon"*

VENDU PAR VOTRE MARCHAND EN GROS

TABAC  
**STAG**  
A CHIQUER