

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

La Compagnie de Publications des Marchands Détailliers du Canada, Limitée,

Téléphone Bell Est 1185.

MONTREAL.

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

Bureau de Montréal : 80 rue St-Denis.

Bureau de Toronto : Edifice Crown Life, J. S. Robertson & Co., représentants.

Bureau de Chicago : 215 rue South Market, Emmet C. Boyles, représentant.

Bureau de New-York : 903-904 Tribune Bldg., E. F. Olmsted, représentant.

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année. A moins d'avis contraire par écrit, adressé directement à nos bureaux, 15 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 de "Le Prix Courant".

Prière d'adresser les lettres, etc., simplement comme suit :

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887.

LE PRIX COURANT, MONTREAL, VENDREDI, 25 OCTOBRE 1912.

Vol. XLV—No 43.

LES REPRESENTANTS DE COMMERCE

LE RAYON D'ACTION DES REPRESENTANTS.

La meilleure manière d'instituer solidement la vente par représentants, c'est d'étendre progressivement son action, et de consolider le résultat acquis avant de prétendre embrasser un champ d'action trop vaste.

Supposons un fabricant installé à Montréal. Il est normal qu'il consacre en premier lieu ses efforts à tirer le plus grand parti possible de sa propre ville. Dans ce but, il commencera par visiter lui-même la clientèle. Il sera, à l'origine, son propre représentant. Les observations qu'il fera lui serviront à sérier cette clientèle, et à distinguer rapidement de quelle catégorie de clients il a intérêt à s'occuper plus spécialement par lui-même.

Dès ce moment, notre fabricant sera porté à limiter son champ d'action personnel, et à se faire seconder par un représentant. Par exemple, ce fabricant se réservera personnellement une catégorie de clients, et fera visiter les autres fréquemment par son représentant. A de certains intervalles réguliers, il accompagnera son représentant, afin de conserver un contact nécessaire avec le plus de clients possible.

Le développement des affaires se chargera de faire évoluer le rôle du chef de maison vers un rôle d'organisation, de surveillance et de contrôle. Il lui deviendra difficile de continuer à visiter exclusivement par lui-même une certaine catégorie de clients. Mais sa propre expérience lui servira à délimiter rationnellement le rayon d'action des divers représentants qu'il sera conduit à engager. Suivant la nature de sa fabrication, ce rayon d'action sera constitué par les divisions administratives de la ville ou par diverses catégories de clientèles (maisons d'exportation, négociants commissionnaires pour la province, commerçants en détail). Dans tous les cas, il sera indispensable que le rayon d'action de chaque représentant soit très nettement délimité, ce qui est toujours possible lorsque l'on a des raisons sérieuses de penser que le meilleur parti a été de la ville ou du centre dans lesquels on réside. Il y a lieu, dès lors, de chercher à étendre ses affaires dans d'autres centres.

La première extension réalisée doit viser, à moins de cas tout à fait spéciaux, le marché national. Il ne sera jamais bien ardu de découvrir quels sont les points de ce marché national où certains articles trouvent les meilleurs débouchés.

Ces points une fois fixés, la première chose à faire consistera à y établir des représentants que l'on aura soin d'aller installer soi-même. On sera fréquemment surpris des sour-

ces importantes d'affaires qui existent dans nos villes de province, villes que l'on a trop souvent coutume de négliger au profit des centres étrangers.

En suivant cette manière de faire on arrivera à couvrir d'un réseau de représentants toutes les parties intéressantes du territoire français.

Ce n'est que lorsqu'on aura tiré tout le parti possible du marché national qu'il sera bon d'aborder les marchés étrangers. Je n'ignore pas que ce procédé ne concorde pas avec les conseils généralement donnés, mais je n'en reste pas moins convaincu qu'il est de beaucoup le plus rationnel.

La solidité qu'il donne à une maison, la réputation qu'il lui assure, ne manqueront pas de lui attirer, même avant qu'elle les ait sollicités, des demandes de prix et des ordres d'un certain nombre de places étrangères.

D'autre part, les affaires traitées avec les négociants exportateurs de la place de Montréal ou des autres grandes villes du Canada fourniront des indications précieuses quant aux besoins et aux goûts des acheteurs étrangers intéressés.

Il y a lieu d'éviter, surtout en ce qui concerne l'exportation, de partager le préjugé aujourd'hui à la mode et qui consiste à considérer tout intermédiaire comme néfaste. Un négociant allemand ou anglais peut écouler des quantités beaucoup plus considérables de vos articles que ne le fera jamais un représentant français. Il représente souvent des certitudes d'affaires dont il est maladroit de vouloir se priver et le mot de l'économiste reste toujours vrai: "Les négociants des autres nations sont nos propres négociants". D'ailleurs ce ne sont pas ceux qui clament le plus contre les intermédiaires qui savent le mieux s'en priver.

Tel est donc le développement normal, à mon avis, de la vente par représentants:

- 1° La ville ou la région dans laquelle on est installé;
- 2° Le marché national;
- 3° Les marchés étrangers.

En outre, pour ce qui concerne ces derniers, on oublie trop souvent que nos principaux clients sont les Etats-Unis, et sont à nos frontières, de sorte que nous avons ainsi à notre porte des marchés riches, dont le pouvoir d'absorption est naturellement proportionnel au pouvoir de production, et que nous aurions grandement tort de négliger pour aller chercher outre-mer des clientèles douteuses ou problématiques. Je ne veux pas dire que les pays éloignés ne doivent pas être visés, mais je veux simplement déclarer, toujours dans le même