

# Ferronnerie, Quincaillerie, Peintures, Matériaux de Construction, Etc.

## LES PROBLEMES NOMBREUX QU'ONT A RESOUDRE LES FABRICANTS D'ARTICLES DE QUINCAILLERIE

Très peu de marchands, à moins qu'ils n'aient été les témoins de la fabrication de différents articles, peuvent se rendre compte des grosses difficultés que rencontrent les fabricants à chaque pas et combien est long et pénible le chemin qu'ils ont à parcourir pour arriver au succès.

La direction d'une fabrique demande une intelligence supérieure et une très grande habileté.

Des questions concernant le travail se posent à tous moments pour une raison ou pour une autre et viennent doubler les ennuis et les difficultés. Les méthodes de fabrication doivent être revues et bouleversées souvent, en raison des changements et des progrès apportés dans chaque branche de la fabrication. Les machines se démodent rapidement et exigent un remplacement radical. Les fluctuations dans les prix des matières premières et dans la production de certains articles présentent souvent des problèmes impossibles à résoudre à première vue. Ces difficultés et bien d'autres analogues surgissent à tous moments dans la période de fabrication. Mais, celles à surmonter pour le lancement de ces articles sur le marché ne sont pas moins nombreuses. La façon de s'y prendre est un problème des plus graves et les obstacles ne manquent pas de s'y multiplier; toutes choses sont à considérer; les intérêts à sauvegarder sont triples et comprennent ceux des marchands, ceux des détaillants et enfin, ceux du public, qui, lui, est le gros consommateur. Les résultats prévus doivent être en rapport avec la quantité raisonnable des marchandises dont on dispose.

Les détaillants ignorent pour la plupart quelles difficultés les fabricants ont à affronter; ils ont trop de leurs ennuis personnels pour s'en soucier.

**Les difficultés rencontrées pour le lancement de nouveaux articles sur le marché.**—Les difficultés de fabrication vaincues, le fabricant doit aplanir d'autres obstacles.

Malgré la notoriété de ses produits, si l'on présente un article nouveau, il éprouve une résistance qu'il est obligé de vaincre, quand bien même cet article imposerait à l'attention de par son utilité pratique, son mécanisme ingénieux et sa facilité de diminuer le travail; alors que l'on ne répondrait à un besoin véri-

table et qu'il serait de première nécessité.

Que devient-elle à ce moment la jolie petite théorie qui veut que le fabricant vende son article au marchand en gros, qui, à son tour en fournira le détaillant, qui lui-même le livrera au public? Ah! bien oui, elle s'écroule d'un seul coup. Les marchands en gros se refusent obstinément à accueillir ces articles avant qu'ils ne leur soient demandés. Ils prétendent, avec raison, que leurs vendeurs ont déjà trop à faire avec la vente des articles courants, sans aller perdre du temps à fournir des explications sur des articles inconnus. Que fait alors le fabricant? Devant ce refus formel, il est bien forcé de s'adresser directement aux détaillants, mais, là encore, il ne trouve pas les bonnes volontés dont il a tant besoin. Les marchands, eux, prétendent avoir des articles similaires, ayant les mêmes propriétés; au demeurant, leur assortiment leur suffit amplement et ils ne veulent pas prendre la peine de pousser un nouvel article; d'autant qu'ils risquent l'insuccès qui leur amènerait un pour compte dont ils ne sauraient que faire.

Ainsi donc, après une laborieuse période d'expériences, pour arriver à perfectionner un article, le fabricant, qui mériterait un juste dédommagement à ses peines, voit se fermer dédaigneusement toutes les portes. Le rouage régulier indispensable à la bonne marche du commerce, lui fait subitement défaut; il est forcé de se retourner d'un autre côté ou alors d'abandonner la lutte.

**Les fabricants se voient obligés d'outrepasser les usages commerciaux.**—Les marchands en gros et les détaillants devraient avoir un peu plus de considération pour les fabricants et examiner attentivement les nouveautés qui leur sont soumises; c'est leur rôle, en somme, de livrer ces articles à la consommation. Il est vrai qu'ils donnent des raisons assez plausibles de leur manière de se dérober; ce n'est pas à eux de faire de la réclame pour le lancement d'un article sur le marché, ce serait exposer des dépenses qui incombent, disent-ils, au fabricant, et puis, ils jugent, à tort ou à raison, l'article présenté, impropre à leur commerce; s'en occuper serait une opération trop coûteuse et demanderait beaucoup de travail! Ce serait une entreprise sans nul profit, pensent-ils. Les marchands ont vraiment la critique par trop aisée, ils ne réfléchissent pas que la production d'un article a coûté beaucoup d'argent et non moins de labeur au fabricant et que son insuccès peut

amener parfois sa débâcle et sa ruine. Si les commerçants se dérobent, force est au fabricant de changer de tactique. Il commence à faire de la réclame dans divers magazines et journaux, de façon à suppléer à la défection des marchands; il emploie le procédé difficile et dispendieux qui consiste à faire demander son article journellement, dans chaque magasin; (ce procédé est souvent le point de départ d'une grosse popularité). Il a recours aux catalogues qui, par des illustrations bien comprises et des descriptions claires, présentent l'article directement au consommateur.

Ces divers procédés, le fabricant est contraint de les employer, bien qu'il préférerait de beaucoup suivre la filière commerciale et passer par les intermédiaires. Ceux-ci ne manquent pas de dénigrer cette façon de faire et de la qualifier comme ils l'entendent. Ils ont tort, ils n'ont à s'en prendre qu'à eux de cet état de choses et ils doivent reconnaître franchement que, devant leur passivité, le fabricant ne pouvait prendre d'autre décision, et qu'acculé à un désastre, il n'avait que ce moyen d'y palier.

## LE CAOUTCHOUC DU BANANIER

Suivant M. Geo. C. Benson, de Georgetown (Etats-Unis), les cultivateurs de bananes doivent se féliciter, car indépendamment du produit savoureux bien connu, ils peuvent récolter du caoutchouc de première qualité. En effet, M. Benson atteste qu'au moyen d'une incision faite dans le tronc du bananier, on obtient un suc qui, exposé à l'air, pendant 6 heures, présente à sa surface une sorte de pellicule; en comprimant cette pellicule et en la roulant dans les doigts on obtient une petite boule de caoutchouc moelleux et délicat.

Une plante mûre peut produire près de 5 à 7 livres de bon caoutchouc au prix de 12 cents la livre.

Le caoutchouc du bananier peut se mélanger dans l'industrie aux autres variétés sans en altérer les qualités.

**JOURNAL DE LA JEUNESSE.** — Sommaire de la 2022e livraison (2 septembre 1911). — Loin des yeux, près du cœur, par Pierre Maël. — Les Orages: Comment on peut les prévoir, par Gabriel Renaudot. — Le Cadi du Caire. — Les communications téléphoniques à New-York. — La Maison Blanche, par M. Beudant.

Abonnements—France: Un an, 20 fr; Six mois, 10 fr. Union Postale: Un an, 22 fr; Six mois, 11 fr.  
**Hachette et Cie., boulevard St-Germain, 79, Paris.**