

## LES MARCHANDISES EN RETOUR

Sans remonter bien loin dans la file du PRIX COURANT, nos lecteurs peuvent retrouver ce que nous avons dit et répété au sujet des retours de marchandises faits aux fournisseurs sous le moindre prétexte.

Une maison de notre place nous demandait ces jours derniers de traiter de nouveau cette question et de rappeler aux détailliers que quand ils commandent des marchandises et que ces marchandises leur parviennent telles qu'elles ont été ordonnées ils sont tenus en conscience de les garder et de les payer à échéance.

Nous sommes heureux de voir qu'un confrère, le *Grocers' Criterion* aborde cette question et nous traduisons l'article qu'il publie à ce sujet dans son dernier numéro :

Il est vrai de dire que chacun considère ses propres afflictions comme étant les plus insupportables et il est vrai également que chaque ligne de commerce a ses propres désagréments en dehors de ceux qui s'attachent incidemment à toutes les branches de commerce. A celui qui ne regarde qu'à la surface, il peut sembler que la plus grande cause d'anxiété pour le jobber ou le manufacturier lui vient des pertes qu'il peut subir du fait de la faillite de ceux à qui il a accordé crédit ; mais là n'est pas la vérité, tant s'en faut. Bien qu'il ne soit pas agréable de subir des pertes de cette sorte, il n'en est pas moins vrai qu'il faut naturellement s'attendre à des faillites à certains intervalles, la chose est inévitable et doit être comptée. Cependant, toute maison bien ordonnée et prudente peut réduire ces pertes à un très faible pourcentage et ce n'est qu'à de rares intervalles qu'une telle maison souffre suffisamment dans le cours d'une année par suite des faillites pour que ses profits en soient sérieusement affectés.

Il est généralement admis que le plus harassant de tous les maux que rencontre le marchand de gros c'est le retour indistinct de marchandises par les marchands de la campagne sous les prétextes les plus futiles qu'on puisse imaginer. Les maisons qui vendent des vêtements souffrent particulièrement sous ce rapport, pour la raison que les vêtements sont sujets à de grandes variations dans la mode et beaucoup de détailliers n'hésitent pas à retourner ces articles à n'importe quelle époque de la saison après avoir inutilement essayé de

les vendre aux femmes du voisinage.

Il y a beaucoup trop de gens dans les affaires qui agissent sur ce principe que leur fournisseur est obligé de respecter toutes leurs fantaisies et qui n'hésitent pas à prendre avantage de ce fait que leur fournisseur n'ira pas devant la justice dans tous les cas où ils sont l'objet de petites impositions. La question se pose de savoir, si à la fin, ces pratiques font l'affaire du marchand de la campagne. Nous répondrons négativement, sans la moindre hésitation. S'il est vrai que le marchand qui a l'habitude de retourner des marchandises suivant son caprice quant il sait ne pas pouvoir les vendre comme il s'y attendait ; s'il est vrai qu'à la fin de l'année il a quelques centaines de dollars de moins sur ses tablettes par suite de ces retours, la réputation qu'il acquiert parmi les négociants en gros comme client peu désirable le place à un réel désavantage et lui coûte sans le savoir pas mal de dollars. Cela veut dire que sa clientèle n'est pas considérée comme devant être recherchée et si toutefois on la sollicite on ne lui fait ni les meilleurs prix ni les conditions les plus avantageuses car les maisons qui vendent à ceux qui ont la réputation de regimber et de retourner les marchandises périodiquement voudront s'indemniser pour les réclamations et les pertes qu'ils savent devoir rencontrer à un moment donné de la saison.

Ils souffriront d'une autre façon pour l'exécution de leurs ordres. Au fort de la saison, spécialement dans le commerce des vêtements, certaines lignes de marchandises sont toujours rares et quand deux commandes arrivent à la même date, l'une d'un client reconnu pour traiter les affaires en gentleman, ayant le souci de l'équité et l'autre d'un client ayant la réputation de retourner les marchandises, il est bien naturel que le premier soit servi plus promptement que l'autre ; en fait, il est probable que le dernier devra attendre que tous les ordres désirables soient remplis avant qu'il puisse espérer l'expédition de ses marchandises. Le commis qui est chargé de l'exécution des commandes apprend bien vite la façon d'être des divers clients et commencera par expédier les marchandises à ceux qu'il présume ne pas devoir les retourner.

Souvent les marchands de détail arguent que la concurrence pour vendre des marchandises est tellement ardente qu'ils trouveront tou-

jours un nombre suffisant de maisons désireuses de remplir leurs ordres et se soumettant humblement à leurs exactions. Dans une certaine mesure la chose est vraie. Le client d'honneur recevra toujours le meilleur traitement, auquel d'ailleurs il a droit, et celui qui retourne habituellement des marchandises peut être assuré que si les meilleures lui vendent elles ne le feront que si elles peuvent obtenir un surplus de profit suffisant pour les rembourser des ennuis que leur donnent son compte. Il n'est pas une seule maison recommandable qui refuse de reprendre des marchandises défectueuses ou pour toute autre raison valable, mais c'est un fait notoire qu'un grand nombre de marchands de la campagne pratiquent le retour de marchandises pour raison de saison défavorable, de tranquillité des affaires ou autres motifs similaires. Ces marchands doivent se rappeler que les achats sans profit se font dans toutes les branches de commerce et que tout marchand, si compétent qu'il soit, en fait, et il n'est ni équitable, ni d'une bonne politique commerciale d'esquiver la responsabilité et de la faire peser sur les épaules du fournisseur qui, lui-même souffre des achats peu avantageux qu'il a faits. Il est nécessaire que vous traitiez avec autant de justice vos fournisseurs que vos clients.

## LA PUBLICITE du DETAILLEUR

L'aversion ou la répugnance qu'ont un grand nombre de détailliers pour annoncer libéralement dans les différentes voies à leur disposition est absolument déplacée dans ce siècle de lutte, alors que des hommes se servent de la gloire qu'ils ont pu acquérir sur les champs de bataille pour avancer leurs intérêts politiques, alors que les ministres de l'évangile recherchent la publicité dans les journaux les plus sensationnels et alors que celles qui règnent sur la haute société ont l'œil ouvert sur les colonnes des journaux quotidiens qui annoncent leurs bals, leurs réceptions et leurs goûters. Il semblerait que presque toutes les classes de la société sont en amour avec la publicité sous ses formes les plus éclatantes, sauf les épiciers — nous disons les épiciers avec un capital modeste, les épiciers qui travaillent en famille et que les villes comptent en si grand nombre.

Il est parfaitement convenable et même entièrement louable pour des gens d'affaires de recourir à la pu-