mettre en application ? Et si nous comparons le commerce à la campagne aux Etats-Unis au commerce dans la campagne de la province de Québec, nous aurons placé l'activité éclairée, cherchant à connaître, à progresser en opposition avec l'apathie, la routine paresseuse et la haine du changement. Evidemment, nous ne parlons pas des villes ou des gros villages où les affaires sont traitées avec tout autant d'expérience que n'importe quelle ville des Etats-Unis pourrait offrir. Nous ne parlons que des magasins de campagne.

Entrons dans l'un d'eux. Le magasin serait assez vaste, s'il était mieux disposé, mais une partie est encombrée d'objets de toute sorte qui seraient leur place partout ailleurs que là où ils sont. Il y a une odeur confuse, ou plutôt un amalgame d'odeurs qui laisse craindre que bien des articles ne soient en contact fâcheux avec d'autres et qu'ils ne détruisent ainsi mutuellement leur valeur. Et puis quel manque d'ordre ! Entassées les unes sur les autres sont diverses marchandises qui doivent nécessiter une perquisition bien longue avant d'être trouvées. Ces rayons contiennent des étoffes qui y ont été placées sans être repliées, lorsqu'il y a peut-être quinze jours, elles furent offertes à un acheteur qui s'aperçut qu'elles n'étaient plus fraîches. Il y a pourtant un nombre assez grand de personnes dans le magasin, mais ce ne sont pas des acheteurs, elles nuisent plutôt aux achats et éloignent les pratiques. Qui aime, en effet, lorsqu'il entre dans un magasin découvrir à travers une épaisse fumée d'un tabac acre et piquant, un groupe de flâneurs dont les yeux animés d'une curiosité sotte surveille les achats et qui devront à l'acheteur un sujet de conversation pour le restant du jour. Il y a-t-il dans cette peinture trop vraie un élément de succès ? Le propriétaire du magasin en a hérité de son père. Du temps de son père, les choses allaient ainsi, le magasin était le rendez-vous général, les marchandises s'entassaient sur les rayons sans plus d'ordre qu'aujourd'hui ; c'était le bon temps, les gens n'étaient pas si regardants et la concurrence pas si forte. Il sent bien qu'il faudrait faire des changements, les marchands de la ville n'ont plus la même confiance en lui qu'ils avaient en son père. Mais le pli est pris, l'apathie a le dessus et chaque jour il s'allourdit de plus en plus dans sa résistance à toute innovation.

Sait-il ce qui se passe autour de lui ? Reçoit-il un journal de commerce ? Le voyageur de la maison avec laquelle traitait son père passe dans le village trois fois par an. C'est là sa seule communication avec le monde des affaires. Les prix qu'il paie sont augmentés du risque qu'il fait courir et du retard ordinaire à ses règlements. Et d'ailleurs, un journal commercial, il n'en comprendrait pas l'utilité. Se doute-il qu'il n'y a pas un seul article de commerce qu'il ne trouverait coté dans le prix courant ? Se doute-t-il que la revue commerciale en lui faisant connaître les opérations faites, pourrait le renseigner sur la marche future des prix ? A-t-il l'idée que les articles éditoriaux ont pour but d'augmenter ses connaissances commerciales et que les notes commerciales contiennent des détails sur beaucoup de faits qu'il ignore et dont il peut faire son profit ? Sait-il enfin que les nombreuses annonces d'un journal de commerce sont pour lui un dictionnaire qu'il devrait consulter chaque jour ? En effet, pour les nombreux articles qui nécessitent son commerce, au lieu de s'adresser à la même maison pour les obtenir, pourquoi ne pas s'adresser à celles qui en font une spécialité ou au fabricant lui-même dont l'annonce dans le journal place le nom et la résidence à sa disposition ? Pourquoi ne pas écrire directement aux annonceurs qui s'empresseraient de répondre et lui suggéreraient peut-être des achats plus avantageux encore ?

Nous nous méprenons étrangement, nous oublions pour qui nous écrivons. Ce n'est point pour le marchand de campagne ouvert à tous les conseils, cherchant à augmenter ses affaires, à diminuer ses prix d'achats, à améliorer l'apparence, l'attraction de son magasin, qui reçoit chaque semaine un journal de commerce qu'il lit avec soin, qu'il garde comme référence pour y recourir fréquemment, qui suit la fluctuation du marché, connait l'importance des récoltes et les besoins qu'elles créeront. Celui-là n'a pas besoin de conseils, son attention aux affaires, son économie, le soin de son crédit, le choix de ses achats, la prudence de ses ventes lui assurent un succès mérité et les self made men des Etats-Unis trouveraient en lui un émule.

LES DERNIERES TENTATIVES DE FRAUDE A LA DOUANE.

Les importations de la semaine dernière ont donné lieu à la douane de Montréal à deux saisies importantes qui ont excité dans la ville beaucoup d'intérêt. Avant de se prononcer sur le bien fondé de l'action de la douane, il est certaines considérations qu'on ne doit pas omettre. De la part de l'importateur, il y a bien la tendance à alléger le droit que le fisc impose sur sa marchandise, mais de la part de la douane, il y a l'excès de zèle, l'ignorance de la connaissance de la marchandise, ou celle de sa valeur et puis, stimulant plus sérieux, il y a la part de prise en cas de saisie confirmée. Dans l'un des deux cas qui ont donné lieu à la saisie et que nous allons faire connaître, la mesure prise par la douane ne semble pas justifiée.

Messrs McLean, Shaw & Cie de Montréal, sont classés parmi les importateurs de fourrures et de pelleteries les plus considérables du pays. Leurs maisons de Leipzig et de Moscow leur adressent chaque année de nombreuses consignations de pelleteries brutes. La dernière consignation composée, dit-on, de peaux de moutons de Perse et s'élevant à près de $30,000 a été saisie à la douane sous le prétexte que les peaux avaient déjà subi une préparation et ne pouvaient pas être entrées comme peaux brutes, qu'elles auraient dû payer 15 pour cent de droits sur leur valeur et qu'en conséquence de l'intention de frauder les droits la marchandise était saisie. Messrs McLean, Shaw & Cie protestèrent contre la saisie pour la raison que les peaux n'avaient subi qu'une simple opération qui a pour but d'assurer leur préservation dans le voyage, qui n'augmente en rien leur valeur et qui ne dispense pas des manipulations et traitements que toute peau doit subir pour être classée parmi les peaux préparées et comme telles soumises au droit de 15 pour cent ad valorem que la douane réclame.

A l'appui de leur affirmation, Messieurs McLean, Shaw & Cie présentent les déclarations sous serment de la plupart des fourreurs de Montréal, Messrs A. Hulek, T. H. O'Flaherty, R. W. Cowan, C. J. Reynolds, W. Buchanan et autres, affirmant que les peaux ne sont point préparées, qu'elles n'ont reçu d'autre traitement qu'une manipulation préservatrice nécessaire contre les dangers de dépérissement pendant le voyage. La sympathie d'ailleurs de tout le commerce des fourrures est acquise à Messrs McLean, Shaw & Cie et très probablement en présence de déclarations si formelles d'hommes de la partie, la douane, ou plutôt le ministre du département devra lever une saisie injustifiable, si ce n'est au point de vue de l'excès de zèle et l'ignorance de la matière.

Quant à la seconde saisie effectuée par l'activité et la vigilance de la douane de Montréal, éclairée par celle de New-York, elle prête beaucoup à rire, mais contre les importateurs. Que Messrs Hartlaub, Smith & Co ayent entré à la douane, un certain nombre de Dames-Jannes, comme contenant du vinaigre et que le bris d'une de ces dames-jannes révèle que le vinaigre n'est autre chose que de l'alcool, il semblerait qu'il y a là un fait flagrant de tentative de fraude difficile à nier. Aussi MM. Hartlaub, Smith & Co ne nient point le fait, mais prétendent n'avoir eu d'autre intention que de tromper la compagnie d'assurance maritime qui n'eut point accepté le risque si la nature du contenu eut été connue d'elle. Messrs Hartlaub, Smith & Co affirment en outre que leur M. Smith avait prevenu le collecteur de la douane de la nature de la marchandise entrée. Laissant de côté l'intention de tromper la