

cées là pour attirer le passant d'occasion. Ce à quoi l'on pense le plus vite peut-être et qui rapporte le plus de bénéfices, c'est de tenir des journaux quotidiens et des magazines populaires. D'abord on n'a pas à faire de débours supplémentaires. Les éditeurs sont généralement contents de placer leurs journaux dans ces boutiques; ils reprennent les numéros non vendus et paient une commission au marchand pour ceux qui ont trouvé acquéreurs. Et le journal quotidien est un article courant; celui qui s'habitue à le voir exposé hors de la boutique s'habitue aussi à entrer chez le marchand et à acheter le journal. Tenir les journaux hebdomadaires et les périodiques mensuels, aide aussi à pousser les affaires.

L'avantage de tenir des journaux est que le journal attire l'oeil du client qui a les moyens juste au moment où il est prêt à acheter son cigare du matin ou de l'après-midi, quand il est dans la rue, se rend à l'ouvrage, va prendre son dîner où en revient. Il peut ou ne peut pas avoir de préférence en ce qui concerne l'endroit où il achète son tabac; mais il y a gros à parier qu'entre la boutique où il voit mettre en vente son journal favori, soit en ville, soit dans les environs, et celle où il ne le voit pas, son choix se fixera plutôt sur la première.

La même chose est vraie pour ceux qui tiennent les journaux hebdomadaires et mensuels. Certains de ces journaux sont si populaires que la phrase courante "Tout le monde les lit" traduit presque littéralement la réalité; certaine revue mensuelle est vendue en totalité généralement quelques jours après sa mise en vente. Le marchand de tabac à qui il arrive d'avoir un numéro de reste quand l'un des lecteurs assidus de cette revue entre dans son magasin se fera certainement un ami et ce lecteur pourra devenir un acheteur des marchandises régulières du magasin.

La régularité de la publication de la revue ou du journal est ce qui en fait un auxiliaire si puissant pour le débitant de tabac; car ce qu'il cherche c'est la clientèle régulière ainsi que tous les hommes d'affaires. Le client régulier est celui avec lequel on gagne le plus.

Certains débitants de tabac parlent des ennuis que leur cause la tenue de périodiques; cela n'existe guère que dans leur imagination.

Si le débitant n'a qu'un vendeur, ce vendeur peut s'occuper de la vente de ces périodiques; la boutique où un homme peut se sentir chez lui, s'arrêter un moment pour lire un journal qu'il n'a peut-être pas l'intention d'acheter est la boutique où l'on gardera la clientèle de cet homme tant qu'il pourra fumer une pipe ou un cigare.

Et les occasions de s'assurer une clientèle permanente de ce genre sont plus nombreuses qu'on ne le supposerait. Le nombre des gens qui lisent un certain journal ou une revue régulièrement et qui ne s'y abonnent jamais est surprenant.

Un des principaux marchands de tabac d'une grande ville de l'Ouest Central s'est ainsi créé un commerce profitable au moyen des journaux d'en dehors de la ville et des périodiques généraux, ce qui aide énormément à la vente de ses cigares et de son tabac.

Les journaux qui peut être occuperaient trop de place si on les exposait dans l'avant-boutique seront installés dans l'arrière-boutique; on place les magazines sur une petite table, à proximité du comptoir général où se fait le gros des affaires. De telle sorte que le client qui est entré pour acheter un paquet de cigarettes peut s'arrêter pour acheter un périodique tandis que l'acheteur de périodique se rappellera facilement qu'il a besoin de tabac.

Une bonne ligne de cartes postales, c'est encore un autre auxiliaire, mais pas aussi puissant que la spécialité des journaux et des périodiques, mais qui vaut encore la peine d'être tenue.

Un support tournant ne tient guère de place; il faut que les cartes postales ne paraissent pas défraîchies et démodées.

Le propriétaire d'un débit de tabac populaire d'une ville de l'Ouest a tiré un profit considérable de la vente d'une nouvelle ligne de confiseries, principalement de chocolats. Il annonce que tous les jours il en reçoit une cargaison toute fraîche; que ce soit strictement vrai ou non, il en a tiré un très bon parti.

L'HABITUDE DE LA CIGARETTE

Les Anglais en fument près de 12,000,000,000 par an

Le plus d'affaires qui se feront dans l'avenir dans le commerce du tabac seront avec les cigarettes, dit un expert en la matière. Cet expert, qui est Anglais, en discutant la question sur la présente situation du commerce du tabac et de la perspective d'un tabac meilleur marché, mentionna incidemment que dans son pays on fumait entre 11 et 12,000,000,000 de cigarettes par année. Puis il continua: "On continuera certainement à fumer la pipe dans l'avenir, mais la génération nouvelle est assurément une qui fumera la cigarette. Le plus grand département du commerce du tabac est celui de la cigarette, et la raison n'est pas difficile à trouver. Nous sommes dans une époque industrielle. Les ouvriers sortent souvent pour quelques instants seulement. Ils n'ont pas toujours le temps de fumer une pipe, mais ils ont toujours le temps de tirer quelques bouffées de cigarette. Pour une pipe, il leur faut la bourrer et elle ne peut être éteinte comme on retire le bout allumé d'une cigarette. Pour le tabac à pipe, je répète ce que j'ai souvent dit, que si l'ouvrier savait ce qu'il achète comme tabac à bon marché, il ne fumerait jamais."

Il ajoute plus loin: "Je ne crois pas qu'il y aura une diminution dans le prix du tabac d'ici à quelque temps. Il y a un an, le prix du rose de Virginie haussa entre 30 et 40 pour cent, et la plupart des autres tabacs monta de 15 à 20 pour cent. Le fait que la récolte de l'année fut mauvaise était la cause principale de la hausse; il y eut une grande sécheresse en Virginie, Caroline du Nord et autres districts de plantations de tabac, mais il est trop tôt de prédire que la prochaine récolte sera bonne. Heureusement que plusieurs grandes maisons ont un stock de tabac pouvant durer au moins deux ans et demi. On ne doit jamais employer de tabac qui n'ait pas trois ans, car on sait qu'il requiert ce temps pour bien mûrir."

LA UNITED CIGARS VA ETABLIR DES MAGASINS DANS TOUTE L'EUROPE

M. George J. Whelan, président de la United Cigars, disait le mois dernier à un journal américain: "Notre compagnie a l'intention d'établir son système de magasins non seulement en Grande-Bretagne, mais aussi dans tout le reste de l'Europe. Nous nous attendons éventuellement à établir nos magasins dans tous les centres et villes civilisés du monde."

M. Whelan dit qu'il a un grand espoir dans le succès de cette immense entreprise.