

aura simplement gêné les transactions entre commerçants purement canadiens et mis les gens de l'autre côté de l'Atlantique en meilleure position de nous imposer leurs prix et conditions.

Beau résultat !

LA VENTE AU COMPTANT

Nous ne conseillerons pas aux marchands qui ont toujours vendu à crédit de changer brusquement leur manière de faire ; la transition serait à leur détriment, du moins pour un moment et ne serait pas sans péril pour la plupart.

Cependant, maintenant que l'argent circule plus librement, chacun peut se demander s'il ne lui serait pas plus profitable de s'acheminer insensiblement vers la vente au comptant.

Le meilleur moyen, selon nous, d'y parvenir et d'en montrer l'avantage à la clientèle est d'avoir deux prix, l'un pour la vente à crédit et l'autre pour la vente au comptant.

Celui qui vend au comptant n'a plus à compter sur les pertes de mauvais clients, ni à calculer l'intérêt de l'argent représenté par les marchandises avancées ; il peut donc vendre à meilleur marché à celui qui paie au moment de l'achat.

C'est le contraire qui a lieu dans la vente à crédit ; le marchand est dans l'obligation d'ajouter un tant pour cent pour les pertes probables et de majorer la marchandise pour récupérer l'intérêt de son argent.

On voit donc qu'il y a tout intérêt pour le marchand à vendre au comptant ; non-seulement il n'est plus sujet à donner sa marchandise sans quelquefois rien recevoir en échange mais encore il peut vendre meilleur marché et attirer à lui la clientèle la meilleure, c'est-à-dire celle qui paie et qui a par conséquent la dépense plus facile.

Il ne faut pas manquer d'expliquer au client pourquoi la différence de prix entre la vente à crédit et celle au comptant ; quand il aura bien compris il ne manquera pas de reconnaître la justesse du procédé.

LES SOURCES DE REVENUS

Les gouvernements ne manquent pas de sources de revenus comme le fait remarquer le *Philadelphia Recorder* :

" Si nous avons besoin de revenus," dit-il " et que nous ne puissions pas les obtenir par les moyens

actuels, il nous restera la ressource de recourir à de nouvelles taxes, et il y en a un grand nombre." Nous pourrions, dit le Sénateur Allison des Etats-Unis, mettre une taxe sur le thé, ou un timbre de revenu sur les chèques et les hypothèques, ou augmenter la taxe sur la bière, ou établir une taxe sur les héritages, ou toute autre taxe sur le revenu."

" Il n'est pas probable que le Congrès refuse d'accepter telle législation, si l'expérience démontre que ces mesures sont nécessaires pour assurer le bon fonctionnement de l'administration gouvernementale. Le Sénateur Allison estime, comme tout le monde devrait le faire, que les dépenses du gouvernement devraient être maintenues dans des limites raisonnables ; mais, comme il le dit, le pays se développe dans toutes les directions, et il faut que notre budget annuel réponde aux besoins de notre développement matériel. C'est là un point de vue sensé qui, dit notre confrère, devrait rallier le sentiment public."

Tout ce qui précède aurait pu être également écrit au point de vue Canadien. Mais la difficulté est de faire accepter les taxes par le public qui paie. Certes, l'intérêt du pays, son développement sont des choses que tous réclament, mais qu'on parle des moyens propres à y arriver tout le monde crie. La raison en est bien simple, c'est que le public n'en a jamais pour son argent. Les municipalités, comme les gouvernements, empruntent sans cesse pour des travaux qui ne se font qu'à demi ou qui, achevés, ont coûté le double ou le triple des prévisions.

C'est contre le gaspillage que s'insurgent les payeurs. Qu'on supprime les fuites par lesquelles s'échappe l'argent des contribuables et les contribuables paieront volontiers pour des dépenses qui devront leur profiter à eux et à leurs enfants. Ce qu'ils ne veulent pas, c'est de payer pour enrichir quelques favoris qui partagent avec les échevins ou les députés l'argent des emprunts et des taxes.

LES GRANDS MAGASINS

Nous lisons dans le *New England Grocer* :

" La semaine dernière, nous avons fait allusion à la tentative des grands magasins de Denver d'imposer leurs tarifs aux journaux. Ces maisons s'étaient mis sur les bras une entreprise par trop difficile : elles ont renoncé à leur coalition et ont renouvelé leurs contrats d'an-

nonces. Toutefois cette tentative les a placées dans leur pleine lumière devant le public ; elle a montré ce que ces grands magasins seraient disposés à faire, ce qu'ils feraient s'ils avaient les pouvoirs nécessaires.

Comme conséquence de cette tentative de *boycott* par les grands magasins, des régléments ont été soumis au conseil de ville prohibant absolument l'emploi d'enfants au-dessous de 12 ans dans aucun magasin, obligeant les marchands à fournir des sièges à leurs employées, et pourvoyant à ce que ces grands magasins, à l'avenir, payent une licence proportionnelle à l'importance du stock en magasin et à la variété des articles mis en vente. La licence est fixée à un minimum de \$1,000 par année. Le conseil de ville a reçu ces projets de règlement avec empressement, et il y a peu de doute qu'ils seront adoptés et auront force de loi. Presque toutes les unions ouvrières ont adopté des résolutions demandant à leurs membres de s'abstenir d'acheter des marchands coalisés contre les journaux. Tous les pharmaciens, tous les épiciers et tous les marchands de provisions ont adopté des résolutions condamnant les grands magasins. L'opinion publique s'en mêle également. Aussitôt que les annonces cessèrent de paraître dans les journaux, le commerce des grands magasins baissa à un point tel que leurs propriétaires se virent obligés de congédier une grande partie de leurs employés.

Dans l'intervalle, les petits magasins profitèrent du *boycott* et commencèrent à annoncer. Ils obtinrent des résultats immédiats, l'une de ces maisons dut réclamer l'assistance de la police pour maintenir la foule, tandis que les grands magasins étaient presque déserts.

Une maison de nouveautés dont on n'avait jamais entendu parler auparavant a dû renvoyer un millier de personnes, faute de place pour les recevoir dans ses salles. La morale de cette histoire, c'est que—ça paie d'annoncer !

EN GARDE !

Nous mettons nos lecteurs en garde contre les agissements d'une certaine maison de Montréal que nous avons le regret de ne pouvoir nommer. Cependant, nous en dirons assez pour que ceux qui nous liront ne puissent être les victimes d'une bande d'escrocs, à moins qu'ils ne le veuillent bien.