

TISSUS ET NOUVEAUTÉS

REVUE MENSUELLE

Publié par ALFRED et HENRI LIGNAIS, éditeurs-propriétaires, au No 25 rue Saint-Gabriel, Montréal, Téléphone Bell Main 2347, Boîte de Poste 917.
Abonnements : dans tout le Canada et aux États-Unis \$1 00, strictement payable d'avance; France et Union Postale, 7,50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration, et ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arriérés et l'année en cours ne sont pas payés.
Adressez toutes communications simplement comme suit : **TISSUS ET NOUVEAUTÉS, MONTRÉAL, Can.**

Vol. I

MARS, 1900

No 3

LA HAUSSE DES PRIX



E détaillant qui a bien voulu lire attentivement les deux premiers numéros de **TISSUS ET NOUVEAUTÉS** a été frappé de la hausse qui a atteint tous les articles sans exception du commerce de marchandises sèches et il a pu se convaincre que, d'après les renseignements qui nous parvenaient de tous côtés, la hausse était loin d'avoir dit son dernier mot. On en trouvera la preuve dans le cours du présent numéro.

Nous souhaitons fort que nos lecteurs aient profité des renseignements que nous leur avons donnés, en élevant leurs prix de vente sur les marchandises qui composent leur stock et qui ont subi une avance chez le marchand de gros ou chez le manufacturier.

Pour un commerçant, la valeur actuelle de son stock est celle qu'il aurait s'il lui fallait acheter les marchandises maintenant. Si donc les prix ont haussé, la valeur du stock a parallèlement avancé.

Voici une pièce de cotonnade qui, par exemple, valait 8c. la verge il y a quinze jours, aujourd'hui il est impossible de l'obtenir à moins de 10c. Est-ce que je devrai vendre 10c. ce que j'ai payé 8c., il y a quinze jours, alors que je sais que moi-même je ne pourrai plus me procurer la même cotonnade à moins de 10c ?

Non, certes. J'aurais tort de ne pas profiter de la hausse et d'en faire bénéficier exclusivement mon client. Je suis dans les affaires pour vendre avec profit et je dois tirer tous les bénéfices légitimes de mon commerce, tel serait le raisonnement d'un marchand qui suit ses affaires de près.

Donc, il faut vendre la marchandise non pour ce qu'elle a coûté, mais pour ce qu'elle coûterait actuellement avec la hausse.

Ce n'est cependant pas ce que font tous les marchands et, si en fait de beaucoup même, si nous nous en rapportons aux renseignements fournis par leurs voyeurs aux mai-sons du commerce de gros.

A opérer comme nous venons de le dire, il y a un autre avantage. En effet, les prix s'élèvent rarement au

plus haut d'un seul jet : c'est par avances graduelles et successives qu'on y arrive. C'est graduellement et successivement aussi que le détaillant doit avancer ses prix : c'est de la prudence. Le client ne comprend pas des hausses subites qui offrent de trop grandes différences avec les prix payés précédemment pour un même article : il est plus disposé à payer l'avance alors qu'il sait qu'elle date de loin. Quand il a dû payer une première fois une hausse, il est moins surpris s'il lui en faut payer une nouvelle, parce que la différence est moins sensible que s'il lui fallait payer les deux hausses d'un seul coup. De ce qui précède, il résulte que le détaillant ne doit pas ignorer les mouvements de prix des marchandises qu'il vend. Son ignorance lui coûte de l'argent, puisqu'il vend à un prix au-dessous de celui du marché et ainsi ses recettes ne sont pas ce qu'elles pourraient et devraient être.

Ceux qui lisent **TISSUS ET NOUVEAUTÉS** sont au courant des hausses qui se produisent et des perspectives de hausse plus ou moins prochaines dans le commerce de marchandises sèches. Il faut peu de temps pour le lire et tout marchand a le temps nécessaire pour le lire, s'il veut s'en donner la peine. Le prix de l'abonnement est une bagatelle et il n'est pas un marchand qui puisse mieux placer une piastre qu'en s'abonnant à un journal qui, par ses renseignements, peut lui faire gagner dix fois ce montant en une journée et peut-être en une heure.

Le marchand qui ne veut pas lire, le marchand qui ne se tient pas au courant des questions qui intéressent son commerce, en porte toujours la peine.

Tous les marchands qui liront **TISSUS ET NOUVEAUTÉS** feront bien de parcourir attentivement les pages d'annonces; ils y trouveront des renseignements intéressants pour leur commerce et si, lorsqu'ils écriront à leurs fournisseurs de gros ou lorsqu'ils iront les trouver pour avoir quelques-unes des marchandises annoncées, ils voulaient bien mentionner le fait qu'ils ont vu l'annonce dans **TISSUS ET NOUVEAUTÉS**, ils nous donneraient un bon coup d'épaulé.