

L'ASSOCIATION DES MANUFACTURIERS DU CANADA

Le dîner mensuel régulier des membres de l'Association des Manufacturiers du Canada aura lieu à l'Hôtel de la Place Viger, à Montréal le jeudi 27 février courant à 6.30 p.m. Ce dîner sera sans cérémonie. On mettra en discussion le sujet suivant : " La Loyauté aux industries canadiennes et la nécessité de mieux faire connaître ses produits ? M. Arch. Campbell, président du comité des chemins de fer et transports fera un discours sur le sujet et traitera également de la question des transports au Canada. Le dîner mensuel du mois de Mars aura lieu à Brantford, Ont à une date qui sera ultérieurement fixée.

LES HABILES

Dans un discours qu'il fit dernièrement au Stevens Institute of Technology, M. Andrew Carnegie, le multi-millionnaire, eut une façon originale d'indiquer à ses auditeurs une des causes principales de succès en affaires.

J'aimerais, dit-il, qu'on mit sur ma tombe cette épitaphe :

" Ci-gît un homme qui sut s'entourer d'hommes beaucoup plus habiles que lui."

" C'est le fait d'un homme habile de s'entourer de gens habiles dans la conduite des affaires. Il faut savoir se connaître en hommes, les juger à leur juste valeur, ce qui n'est pas donné à tout le monde.

Il faut aussi savoir attribuer à chacun sa vraie place, afin que chacun étant bien dans son rôle, puisse produire le maximum de travail, d'énergie, d'adresse qu'on attend de l'homme propre à l'emploi qui lui est confié.

Les grands négociants d'autrefois, comme ceux d'aujourd'hui, ont suivi la recommandation implicite contenue dans les quelques paroles ci dessus de M. Carnegie. Il n'a pas été le premier à s'entourer d'hommes habiles et ceux qui voudront assurer le succès de leurs entreprises devront toujours chercher des collaborateurs aussi habiles qu'ils en pourront trouver.

Les marchands devraient se graver dans la mémoire et mieux encore toujours mettre en pratique le conseil de M. Carnegie de s'entourer d'hommes habiles.

Un homme, si bien doué soit-il, n'est pas omniscient, il n'a pas davantage le don d'ubiquité et ne peut voir à tout. Le proverbe " qui trop embrasse mal étreint," s'applique

aussi bien aux esprits supérieurs qu'aux cerveaux moins bien organisés. Aussi plus un commerce est étendu et compliqué, plus une industrie contient de détails, plus les opérations financières exigent de combinaisons et plus aussi les devoirs et les responsabilités doivent être partagées, de manière qu'il y ait partout, dans toutes les divisions du travail de l'entreprise, un homme qui voie, qui pense et qui agisse, un homme capable, un homme habile, en un mot.

Ces hommes-là sont rares, dira-t-on, et ceux qui les ont les gardent, les ménagent, et leur font des positions lucratives et enviables.

En effet, un de ces industriels millionnaires comme en compte un certain nombre chez nos voisins déclarait il y a un semaine ou deux que ce n'étaient pas les hauts emplois qui manquaient aux Etats-Unis, mais les hommes capables de les bien remplir. Selon lui, les places de \$5,000 ne font pas défaut pas plus que celles de \$15,000. J'aimerais mieux encore, disait-il, donner \$15,000 à un homme que j'estimerais valoir un salaire de \$15,000 que \$5,000 à un autre qui ne vaudrait qu'un salaire de \$5,000 pour le même emploi.

Le chiffre du salaire n'est rien ; ce qui est à considérer, c'est le produit de celui qui reçoit le salaire.

Evidemment ces hauts salaires ne sont pas communs pas plus que ceux qui d'ailleurs peuvent y prétendre. Mais tout est relatif et si nous descendons de quelques échelons les degrés du commerce et que nous pénétrions dans un simple magasin de détail, là aussi nous verrons que le conseil de M. Carnegie a son application.

A moins de vouloir rester toujours petit commerçant, un marchand ne peut à la fois veiller à ses achats, à ses ventes, à ses écritures et aux mille menus détails de son commerce ; il lui faut de l'aide, c'est-à-dire un ou des employés. S'il a le choix entre plusieurs, ce n'est pas celui qui lui demandera le moindre salaire qui devra faire l'objet de son choix, mais celui qu'il croira le plus habile à augmenter son chiffre d'affaires et à le remplacer au besoin, en cas d'absence ou de maladie. Le commerçant qui consulte ses propres intérêts n'agit pas autrement.

D'autres, au contraire, ne voient que l'économie à réaliser sur le salaire de leurs employés ; d'autres encore, craignent plus qu'ils n'admirent un employé plus actif, plus délié, plus hardi qu'eux-mêmes, leur vanité souffrirait de ce qu'un

homme qu'ils paient leur soit supérieur en intelligence et en entente des affaires.

Ceux-là sont et resteront petits commerçants toute leur vie. Leur médiocrité les empêchera d'arriver au succès par eux-mêmes et, comme ils refusent de s'entourer d'employés plus habiles qu'eux, il manquera toujours dans leur entreprise l'élément essentiel du succès.

Ce n'est pas sur leur tombe qu'on pourra graver l'épithète dont Andrew Carnegie voudrait voir orner la sienne.

Conférence sur la Comptabilité

C'est ce soir vendredi qu'aura lieu, au Monument National, la conférence de M. Geo. Lonthier, sur la comptabilité.

Nous ne saurions trop engager nos lecteurs à assister à cette conférence dont nous avons donné le sommaire dans notre précédent numéro.

COMPTEZ vos FRAIS GENERAUX

Toute dépense accessoire doit être ajoutée au coût d'un article avant l'établissement du prix de vente de cet article.

Le loyer, l'intérêt, les salaires, le chauffage, l'éclairage, etc. tout concourt à élever le montant du prix de revient.

Il y a trop de détaillants qui ignorent le pourcentage des frais généraux de leur magasin et s'imaginent, que, parce qu'ils sont les propriétaires de leur propre magasin, le loyer ne leur coûte rien ou que, parce qu'ils n'emploient que des membres de leur famille, ils n'ont pas de dépenses de salaires. Si, au prix d'achat, on ajoutait les dépenses accessoires, il y aurait de meilleurs prix de vente et on ne couperait pas de façon si ridicule les prix de marchandises qui, en réalité, sont vendues au-dessous du prix coûtant parce que le détaillant ne sait pas ce que ses marchandises lui coûtent.

Nous connaissons un détaillant, dit le " Grocers Review " qui vend la farine à un profit (?) de vingt-cinq centins par baril et pense qu'il fait une bonne opération. Nous savons cependant que ses frais de magasin et de manutention sont de plus de onze pour cent. Il paie quatre piastres pour la farine et reçoit quatre piastres et vingt-cinq centins. Il lui en coûte quarante-quatre centins pour la vendre, soit une perte nette de dix-neuf centins. Est-il surprenant qu'il y ait des marchands qui faillissent ?