

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publication des marchands détaillants
du Canada, Limitée,
Téléphone Est 1184 et Est 1185.

MONTREAL.

Bureau de Montréal: 80 rue Saint-Denis.

ABONNEMENT { Montréal et Banlieue . . \$2.50
Canada et Etats-Unis . . \$2.00 } PAR AN.
Union Postale, fra . . 20.00

Circulation fusionnée

{ LE PRIX COURANT
Le Journal des Marchands détaillants
Liqueurs et Tabacs
Tissus et Nouveautés

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année.
A moins d'avis contraire par écrit, adressé directement à nos bureaux, quinze jours au moins avant la date d'expiration l'abonnement est continué de plein droit.

Toute année commencée est due en entier.

L'abonnement ne cesse pas tant que les arrearages ne sont pas payés.

Tout chèque pour paiement d'abonnement doit être fait payable au pair à Montréal.

Chèques, mandats, bons de Poste doivent être faits payables à l'ordre du Prix Courant.

Prière d'adresser les lettres, etc., simplement comme suit:
"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887

LE PRIX COURANT, vendredi 9 novembre 1917

Vol. XXX—No 45

LES PROBLEMES DU COMMERCE DE DETAIL

M. Frank Stockdale, conseiller des Clubs de Publicité de l'univers et une des plus brillantes autorités en ce qui concerne les problèmes du Commerce a donné, cette semaine, une série de causeries à Montréal, à la Bibliothèque Saint-Sulpice, devant un nombreux auditoire de marchands et d'hommes d'affaires. Nous donnons ci-dessous le résumé d'une de ces causeries instructives.

"Un des plus importants problèmes qui s'offre à nous aujourd'hui," dit M. Stockdale, "est celui de l'augmentation des dépenses qu'entraîne la conduite d'un commerce de détail, en comparaison avec les mêmes frais il y a dix, quinze ou vingt ans." L'orateur dit qu'une investigation dans 1560 magasins lui a révélé le fait que la dépense de conduite d'un magasin de détail avait augmentée approximativement du double dans l'espace de vingt ans.

"Tout le monde sait ce qui se passe dans le commerce de détail et ce qui s'y passera, tant que les conditions actuelles subsisteront. Alors que les dépenses de conduite d'un commerce de détail ont doublé, je n'ai pas encore trouvé un détaillant qui soit en affaires depuis cette période de temps, qui ait été capable d'augmenter son profit brut. Si les frais généraux, il y a vingt ans, étaient de 12 pour cent, aujourd'hui, ils sont approximativement de 24 pour cent. Si le profit brut, il y a vingt ans, était de 31 pour cent, celui qui conduisait son magasin sur une base de frais de 12 pour cent, avait un profit net de 19 pour cent. Le même commerçant, aujourd'hui, n'aurait un profit que de 7 pour cent et dans certains cas, la différence est encore plus grande. Il y a des exemples aujourd'hui, où 3 pour cent de profits sont faits seulement, là où il y a quelques années on obtenait des profits de 17 ou 18 pour cent. Le profit net était, il y a 20 ans, six fois plus important qu'aujourd'hui.

C'est là un des points fondamentaux du commerce

actuel et qui nécessite une attention soigneuse de la part du marchand-détaillant qui prétend au succès.

"Vous rendez-vous compte que les frais généraux montent plus rapidement à présent que jamais auparavant?" dit M. Stockdale, qui en donne comme raison que le coût de conduire un commerce dans un magasin de détail est parallèle ou basé sur le coût de la vie.

"Toutes les fois que le coût de la vie augmente, les dépenses d'opération d'un magasin de détail augmentent, aussi sûrement que la nuit fait suite au jour", ajoute M. Stockdale.

Un autre principe fondamental fut l'évolution dans la catégorie des magasins, que M. Stockdale énumère comme suit:

(1) Le magasin général qui tend à disparaître avec le mouvement progressif de l'automobile, du colis-postal et des bons chemins.

(2) Les magasins de spécialités tels que quincaillerie et épicerie.

(3) Les magasins à départements (réunion des magasins de spécialités).

(4) Les magasins faisant affaires par correspondance.

(5) Les maisons à succursales.

"Les magasins qui tiennent les premières places aujourd'hui, sont ceux qui sont bien gérés", dit M. Stockdale, "et leurs progrès sont le résultat du travail de l'esprit qui s'est appliqué sur eux."

"Le personnel des magasins à départements et à succursales et les hommes qui sont à leur tête sont plus attentifs à l'information et à l'expérience que celui qui, dans un magasin de spécialité, dirige les affaires à lui tout seul.

"Les hommes qui tiennent des magasins à départements reconnaissent que la gérance est la grande chose, et ils se rendent compte aussi que le problème dans le magasin à départements est de diriger les gérants et de

Black Watch

LE TABAC NOIR
A CHIQUER
PAR EXCELLENCE