

certain que les faconniers gardent leurs piqués en vue de livraisons ultérieures et ne les mettent pas en vente à des prix réduits.

Les autres tissus qui se vendent maintenant.

Les "voiles blanches" se vendent en largeurs de 40 et 45 pouces à des prix qui permettent de les détailler avec bon profit de 10c à \$1. Les confectionneurs emploient surtout la largeur de 45 pouces.

Les "linons des Indes" sont de vente courante dans les largeurs de 27 à 30 pouces. La "batiste" mercerisée, dans les largeurs de 45 à 47 pouces, est aussi un article de vente courante. Quelques "linons de Perse" se vendent facilement aussi. Les voiles crêpés sont en grande faveur.

Jusqu'ici la vogue des "Jacquards" s'est confinée aux articles de haute qualité et de prix élevé.

LA TECHNIQUE DES AFFAIRES

La technique des affaires est la science coordonnée des principes qui dirigent le trafic en général et ses différents groupes en particulier, en vue d'obtenir et de maintenir l'activité maximum du trafic.

Dans une satire spirituelle, l'humoriste Karl Ettlinger conte l'histoire d'un commerçant allemand qui, rentré dans sa patrie, après une absence de plusieurs années, ne parvient pas à découvrir les causes du discrédit qui frappe sa classe.

On pourrait faire l'apologie du commerce par l'exposé des qualités que cet art exige.

Le commerce a trouvé des contempteurs jusque parmi certains économistes, jusque parmi les moralistes.

On reproche aux commerçants l'esprit de lucre et l'accaparement des richesses sans travail compensateur.

Luther cependant n'incrimine pas la moralité du commerce en soi, mais il estime peu cette activité à cause des abus qu'elle entraîne.

Kautsky et Kraft s'en prennent directement à la nature du commerce; ils trouvent injuste la loi de l'offre et de la demande qu'invoquent les économistes pour le justifier; ils considèrent les commerçants comme des parasites vivant aux dépens de la société.

Ce sont là des imputations inadmissibles. En effet, le commerce est "nécessaire": il assure la répartition des biens économiques dans l'espace et le temps pour pourvoir aux besoins là où ils existent. Il emmagasine en temps d'abondance, il vend en temps de pénurie.

Le commerce généralisé "régularise" le marché, "modère" la hausse ou la baisse.

Le travail commercial s'incorpore au produit; il lui assure, à l'endroit de la livraison, une valeur plus grande que celle qu'il posséderait à l'endroit de la production.

Certains trouvent "excessive" la rémunération du commerce, rémunération non proportionnelle au service rendu.

S'il en était ainsi, l'échange n'aurait pas lieu; dans un troc chaque partie prise plus ce qu'elle reçoit que ce qu'elle donne. On objecte que l'échange se réalise parfois indépendamment de la volonté de l'une des parties, contrainte par la nécessité: N'y a-t-il pas lieu de craindre les abus de force? Cette crainte est vaine: la libre "concurrence" des autres commerçants empêche l'accaparement.

Le commerce a droit à l'estime de tous. Sa pratique requiert des qualités sérieuses; indépendamment de l'expérience et de l'instruction, il exige une honnêteté scrupuleuse: si cette dernière qualité fait défaut au commerçant, celui-ci ne peut inspi-

rer confiance, ni par conséquent réaliser ses affaires.

Il ne faut pas confondre le commerçant en général avec les "négociants marrons," les "écumeurs d'affaires."

Le vrai commerçant n'est pas spéculateur. Force lui est cependant de suivre le mouvement de la Bourse parce que celle-ci lui fournit des éléments d'informations indispensables pour prévoir la marche des prix.

Le marché à terme, qui prête le plus à la spéculation, est aussi le régulateur par excellence des prix. Sa valeur sociale est réelle; c'est le meilleur mode de répartition des marchandises dans l'espace et dans le temps; il limite constamment le risque et contient dans de justes limites l'influence du producteur.

Comment développer par l'éducation les qualités du vrai commerçant?

Le jeune homme qui se destine au petit commerce entrera de bonne heure dans les affaires et la pratique le formera. Quant au grand commerce, il y faut une culture générale supérieure. L'exercice pratique et l'étude théorique doivent y marcher de pair.

Pratiqué moralement, le commerce a droit à l'estime parce qu'il ne poursuit pas seulement un but personnel, mais parce qu'il apporte une réelle contribution au bien-être de la société.

LES VOYAGEURS DE COMMERCE

Ils forment un nouveau club au capital de \$80,000

Le "Club des Voyageurs de Commerce Limité" vient d'acquiescer tous les droits et privilèges légaux que possédait la "Compagnie des Voyageurs Limitée" en vertu de sa charte fédérale qui lui servait de base d'opérations au No 91 rue Sherbrooke Est.

Le nouveau club s'est assuré un long bail dans l'édifice Reid où il occupera 7,000 pieds de surface au dernier étage qui sera aménagé selon les règles les plus modernes. Le club se composera de membres actifs réguliers, de membres honoraires et de membres visiteurs, dont la limite est fixée à 300.

Les directeurs provisoires annoncent qu'ils ont décidé de mettre sur le marché 15% du capital-actions autorisé, au pair, soit \$12,000, l'action de \$25 étant payable à raison de 25% au moment de la souscription, 25% sur répartition et la balance sur appel de deux versements de 25% chacun. Il est entendu qu'une période d'au moins soixante jours devra s'écouler entre chaque appel.

L'offre spéciale faite aux souscripteurs au capital-actions comporte les avantages suivants:

Avec chaque souscription d'une action, une année de contribution; de deux actions, deux ans de contribution; de trois actions, trois ans de contribution et, avec chaque souscription de quatre actions, "cinq" années de contribution.

Considérant tous les avantages qu'on peut retirer à titre de membre de ce club, il est évident qu'une longue liste d'aspirants sera établie d'ici le 1er septembre.

Les directeurs provisoires du nouveau Club des Voyageurs de Commerce Limité sont: MM. Wm. C. Murray, 2e vice-président de la Dominion Commercial Travellers Association et gérant de la E. W. Gillett Co. Ltd., Montréal; Paul Roy, marchand de cuir en gros, Montréal; D. P. Urquhart, gérant des ventes chez Cassidy Ltd., Montréal; W. G. Wyse, représentant à Montréal de Tooke Ltd., Montréal; F. G. Brenton, agent de manufacturiers, Montréal; Camille Robichaud, voyageur de commerce, Aviseur légal, M. F. J. Bisailon, C. R.; Banquiers, Bank of British North America.