

Dans les provinces de l'Est, la cote est élevée pour la plupart des récoltes, et la quantité et la qualité sont presque aussi bonnes qu'il y a un an et meilleures qu'il y a deux ans. Dans le Manitoba, la Saskatchewan et l'Alberta, la qualité des grains et des racines accuse une baisse d'environ 20 p. c., mais les battages déjà effectués font prévoir que le rendement du blé, de l'orge et de l'avoine sera plus élevé que l'on espérait, à la fin de l'année. A la fin de septembre, la cote du seigle était de 83.59 pour le Canada entier; c'est 10 p. c. de mieux qu'il y a deux ans et 2.39 de mieux que l'année dernière. La cote des pois et des fèves est inférieure de 8 p. c. à celle de l'année dernière, mais elle dépasse de près de 10 p. c. celle de 1908. Le sarrasin est à peu près dans le même état que l'année dernière, mais il est de 12 p. c. supérieur à celui de 1908, tandis que les grains mélangés sont cotés 5 p. c. de plus que l'année dernière et 19.47 p. c. de plus qu'il y a deux ans. La cote du blé d'Inde à grain pour les trois années 1909-1909-1908 est respectivement de 85.12, 86.77, et 82, et celle du blé d'Inde à fourrage, de 89.82, 87.18 et 92. L'état des pommes de terre à la fin de septembre était représenté par le chiffre 76.08 contre 90.37 l'année dernière, celui des navets par 82.09 contre 83.34 et celui des betteraves à sucre par 83.12 contre 71.02 tandis qu'en 1908 la cote variait de 68 à 74. La luzerne, à la fin de septembre avait une cote de 83.30 et elle dépassait 90 dans les provinces Maritimes et dans l'Ontario. Dans Québec et les provinces du Nord-Ouest elle ne dépassait pas 70 et dans la Colombie Britannique 88.23. Dans cette dernière province toutes les cultures de grains sont cotées à plus de 82 p. c.

On compte que le seigle rendra cette année, au Canada, 1,634,000 boisseaux, les pois 6,444,500 boisseaux, les grains mélangés 20,103,000 boisseaux, le lin, 4,140,000 boisseaux, le blé d'Inde à grain, 27,782,000 boisseaux. Le rendement moyen de ces récoltes à l'acre serait le suivant : Seigle 19.43 boisseaux, pois 20.54, fèves 20.54, sarrasin 26.98, grains mélangés 34.91, lin 9.04, blé d'Inde, 53.82. On assure que la moyenne de rendement du blé, de l'avoine et de l'orge sera plus élevée au dernier rapport de septembre que les rapports de la fin d'août ne faisaient prévoir.

AVANTAGES OFFERTS PAR LES JOURNAUX DE COMMERCE

Les journaux de commerce donnent aux marchands détaillants assez de conseils pour que ceux-ci n'éprouvent aucune difficulté à mener à bien leurs affaires.

Cependant il n'est pas rare de voir des commerçants ne mettre nullement à profit les nombreuses idées qui leur sont suggérées. Il y a parfois une raison à

cette indifférence apparente; il n'en est pas moins vrai que cette indifférence existe.

On rencontre quelquefois des détaillants qui suivent une grande partie des conseils qui leur sont donnés et augmentent ainsi leurs affaires et leurs profits. On en trouve d'autres qui ne mettent à profit qu'une partie de ces conseils et en bénéficient d'autant; d'autres enfin ne suivent aucun conseil, ne lisent rien, pensant que les journaux de commerce sont un fléau et ne comprennent ni n'apprécient les nombreux articles intéressants pour eux, publiés chaque semaine dans ces journaux. Ceux-là sont fautifs; cependant il est pénible pour ceux qui travaillent dans leur intérêt de constater que ces marchands n'apprécient pas leur travail et ne font rien pour s'aider. Heureusement, ces gens ne sont pas nombreux et leur nombre diminue tous les jours. Au fur et à mesure de leur disparition graduelle, la qualité des affaires se relève.

La presse commerciale fait une oeuvre de premier ordre en répandant des connaissances techniques et en donnant des renseignements sur les marchandises qui rapporteront probablement le plus de profits aux marchands. La presse commerciale a plus fait, pendant les quelques dernières années que toutes les agences combinées, car sans elle, il serait impossible aux organisateurs d'associations et aux promoteurs d'autres mouvements utiles aux intérêts des commerçants d'atteindre un aussi grand nombre de personnes en aussi peu de temps et aussi exactement. Cependant la presse commerciale est vue d'un mauvais oeil par beaucoup de gens, et il y a des hommes qui croient que leur commerce aurait fait des progrès tout aussi rapides, sans la presse commerciale. Mais pour leur répondre, il n'y a qu'à leur faire constater que toutes les entreprises du commerce de détail ont fait des progrès plus rapides pendant les dix dernières années, au cours desquelles la presse commerciale a acquis son influence actuelle, que pendant toute période antérieure. Les arguments présentés contre les journaux de commerce tombent d'eux-mêmes en face de ce fait.

Naturellement le journal de commerce n'est utile au détaillant que si celui-ci le lit. Le commerçant peut payer son abonnement, chaque année. Ce faisant, il contribue pour sa part au développement de ce journal, mais si cela aide l'éditeur, cela n'est d'aucun profit pour le marchand. Ce qu'il faut, c'est un emploi intelligent du journal de commerce. Les numéros du journal devraient passer d'un employé à l'autre; quelques-unes des maisons de commerce les plus progressives exigent que le journal soit remis au bureau pour y être conservé; mais auparavant, il doit porter la marque de chaque employé d'un département, indiquant

que celui-ci l'a lu. Si l'employé ne lit pas le journal, il a tort; s'il le lit, ses patrons savent très bien qu'il aura plus de valeur pour eux. Une lecture intelligente est essentielle au développement des affaires modernes, chose qui n'est pas appréciée comme elle devrait l'être.

Si le journal de commerce rend tant de services au grand commerçant, pourquoi n'en rendait-il pas au petit marchand, qui dispose de moins nombreuses sources naturelles de renseignements que l'homme qui fait un gros chiffre d'affaires? Il serait impossible de répondre à cette question de manière satisfaisante.

Le journal de commerce est encore plus utile au petit marchand. Celui-ci peut lire son journal et se renseigner sur toutes les conditions du marché tant de la matière première que des articles manufacturés. Le gros commerçant n'a pas d'autres renseignements.

Le petit marchand dit parfois que ses moyens ne lui permettent pas de s'abonner au journal, organe de son commerce; mais en agissant ainsi, il se fait énormément tort. En revanche, l'homme entreprenant lit son journal de commerce et profite des informations et des suggestions qui y sont contenues.

Tous les principaux industriels fournissant des matériaux et des machines annoncent dans ce journal. Ce dernier offre, chaque semaine, un résumé des grandes entreprises qui dépendent plus ou moins de votre commerce. Le marchand qui fait le plus petit volume d'affaires peut obtenir ces renseignements aussi facilement que les grands commerçants et même en profiter plus tôt, puisqu'il n'est pas gêné par des contrats, ou par d'autres circonstances. Le journal de commerce est donc de la plus haute importance pour tous ceux qui y sont concernés; plus les renseignements et informations sont répandus largement, mieux cela vaut pour les individus et pour le développement de l'organisation et des affaires.

Le prix de l'abonnement est une bagatelle, comparé à l'importance des renseignements fournis. Le patron ou l'employé qui lit aujourd'hui son journal de commerce et le connaît assez pour savoir ce qu'il contient, en tirera profit, car il pourra y puiser l'idée de changements à apporter à ses affaires, changements qui pourront avoir une grande importance sur les résultats à obtenir.

Les éditeurs ont le droit de critiquer, car ils permettent trop fréquemment que leurs journaux soient employés simplement pour louer indûment les marchandises et les produits de leur localité. Le temps du bluff et de ses conséquences est passé, et les industriels ont trouvé qu'il n'y avait pas de meilleur moyen d'y remédier que de mettre les journaux de commerce entre les mains de tous les détaillants. La chose est peut-être faite,