

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publications des Marchands Détailliers
du Canada, Limitée,

Téléphone Est 1185. MONTREAL...

Echange reliant tous les services:

Montréal et Banlieue, \$2.50

ABONNEMENT: Canada et États-Unis, 2.00) PAR AN.
Union Postale, Frs. - 20.00)

Bureau de Montréal: 80 rue St-Denis.

Bureau de Toronto: Edifice Crown Life, J. S. Robertson & Co.,
représentants.

Bureau de New-York: Tribune Bldg., William D. Ward, repré-
sentant.

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année.
A moins d'avis contraire par écrit, adressé directement à
nos bureaux, 15 jours au moins avant la date d'expiration l'a-
bonnement est continué de plein droit.

Toute année commencée est due en entier.

L'abonnement ne cesse pas tant que les arrérages 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 paya-
bles à l'ordre de "Le Prix Courant".

Prière d'adresser les lettres, etc., simplement comme suit:

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887.

LE PRIX COURANT, Vendredi, 16 Juillet 1915

Vol. XLVIII—No. 29

LA VICTOIRE ECONOMIQUE

La maison Larivière incorporée nous communique un dossier fort intéressant concernant la lutte économique que l'Association des Marchands de Fer de France veut entreprendre contre l'Allemagne, sur tous les marchés du monde. Nous détachons de ces documents une lettre des Etablissements Berton et Sicard, métaux et produits métallurgiques, à Avignon (France), qui témoigne du désir des industriels français d'entreprendre résolument la lutte économique contre l'Allemagne et de la pousser énergiquement jusqu'à victoire complète.

Certes le moment est venu pour la France d'engager ce rude combat économique contre son ennemie l'Allemagne. Elle a pour entrer en compagnie tous les atouts entre ses mains; partout où elle se présentera elle sera accueillie avec enthousiasme et ses propositions seront écoutées attentivement par les commerçants du monde entier. Le vœu de tous les marchands est de chasser le produit allemand des rayons de leur magasin, de détruire cette souveraineté teutonne qui s'étendait chaque jour de plus en plus sur les marchés mondiaux et tendait à faire peser une véritable domination dans le domaine du commerce et de l'industrie. La France est toute indiquée pour recueillir cette lourde succession de fournisseur attiré de tous les pays de l'univers, partout où elle enverra des représentants les portes lui seront grandes ouvertes et elle profitera de toutes les préférences.

Mais, puisqu'elle est bien décidée à soutenir ce grand combat sur le terrain industriel et commercial, il faut qu'elle se prépare soigneusement à ce difficile assaut et qu'elle élabore une tactique savante et efficace pour atteindre le but qu'elle se propose.

Mais comment, par quels moyens pratiques les Français délogeront-ils les Allemands des positions qu'ils occupent si solidement sur les marchés mondiaux et autour desquels n'en doutons pas, ils vont dresser des fils barbelés? Il faut bien l'avouer, si les Allemands

ont monopolisé souverainement tant de branches de commerce, c'est dû en partie à l'indifférence française, à sa méconnaissance des règles de la tactique moderne qui s'imposent aujourd'hui dans la guerre économique comme dans la conduite des armées.

La première chose pour arriver à un résultat, est de faire une enquête approfondie des conditions et besoins des différents marchés à conquérir.

Les industriels et commerçants français devraient visiter en personne, les principales régions de notre pays, selon leurs spécialités, pour y entamer des pourparlers et y nouer sur place des relations d'avenir.

Le perfectionnement des méthodes de production est également indispensable pour rendre efficace les démarches des représentants français. Si l'industrie française n'arrive pas à concurrencer les produits allemands sous le rapport des prix, et si d'autre part elle n'offre pas un "service" aussi facile et accommodant, ses efforts resteront vains. Les Allemands reprendront pied, après les hostilités et regagneront rapidement le terrain perdu.

Enfin, il faut que la France se modernise et sache évaluer et apprécier la puissance de l'annonce. De nos jours la publicité est le grand levier des affaires, les industriels français l'ont trop longtemps ignoré. Il faut à présent qu'ils la mettent en pratique; c'est la clef du succès.

La France nouvelle qui va sortir triomphante de la plus formidable épreuve qu'elle ait traversée au cours de son histoire a repris confiance en elle-même et se sent capable des plus grands efforts. A la dépression morale qui, depuis près d'un demi-siècle, pesait sur elle et diminuait son énergie va succéder un sursaut de fierté nationale qui lui fera relever la tête sur le champ de bataille commercial comme au feu.

Elle voudra battre l'ennemi qui, depuis trop longtemps, tient à la gorge son industrie et son commerce et saura prouver que son génie, si original et si fécond n'a pas dégénéré.

Monsieur le Marchand:

Si vous chiquez vous-même, nous n'avons pas à vous chanter les louanges du

Tabac à Chiquer CURRENCY

et si vous ne chiquez pas, les ventes énormes de cette marque vous en diront assez.