

# Tissus et Nouveautés

(TISSUES & DRY GOODS)

REVUE MENSUELLE

Publié par La Compagnie de Publications Commerciales (The Trades Publishing Co's), 25 rue Saint-Gabriel, Montréal. Téléphone Main 2547. Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1.00, strictement payable d'avance; France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonné n'est considéré comme renouvelé à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration, et ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arriérés et l'année en cours ne sont pas payés. Adresser toutes communications simplement comme suit : TISSUS ET NOUVEAUTÉS, MONTREAL CAN.

Vol. IX

MONTREAL, AOÛT

No 8

## LA SEMAINE DES MARCHANDS

Les journaux quotidiens de Montréal inspirés par nous ne savons qui, mais, en tous cas, assez mal inspirés font une campagne, pour qu'à l'instar d'autres cités et villes, Montréal ait, ce qu'on nomme dans ces dernières une "Semaine des marchands."

Pendant la semaine en question, les compagnies de chemins de fer et de navigation, les compagnies de transport en un mot, sont priées d'accorder aux voyageurs les tarifs les plus réduits pour qu'ils puissent se rendre en masses dans la ville ou la cité où, pendant toute une semaine, les marchands—de détail, cela va sans dire—font, de leur côté, assaut d'étalage et, parfois, de bas prix, pour tenter les gens amenés du dehors à grands coups de réclame.

Nous n'avons aucun doute qu'ainsi on attire pendant toute une semaine une foule d'étrangers qui, autrement, seraient paisiblement restés chez eux.

Le désir est toujours grand chez les gens de la campagne d'aller à la ville, et il devient presque un cauchemar chez certains, quand on leur offre des prix de transport fortement réduits. Si, maintenant, on annonce à grand renfort de réclame que tous les marchands vont réduire leurs prix pour l'occasion, alors les gens de la campagne, surtout les femmes ne voudront pas laisser échapper une occasion si tentante et de se déplacer et d'acheter à bon compte.

C'est parfait, d'erez-vous; tout le monde va et trouver son compte: le marchand de la ville va faire des affaires d'or et les gens de la campagne auront plaisir et profit à venir faire leurs achats à la ville.

A première vue tout cela est très beau. Mais, si nous réfléchissons un peu...

A qui profitera la semaine des marchands? A tous les marchands, nous dit-on. Que non pas.

Quelques gros magasins à départements feront des affaires merveilleuses,

encasseront de fortes sommes, réaliseront de gros profits pendant la "Semaine des marchands", mais le commun des marchands n'en profitera guère. Le marchand qui ne fait pas de publicité, qui étale modestement sa marchandise dans ses vitrines, celui qui n'a qu'un prix de vente pour ses marchandises et ne fait pas de prétendus ventes à sacrifice pour vendre plus cher des marchandises tentantes, celui-là ne tirera aucun avantage de la "Semaine des marchands". Il y gagnera peut-être qu'une partie de sa clientèle, alléchée par des réclames pompeuses de baisses de prix plus ou moins réelles, s'en ira dans les grands magasins à département pendant cette fameuse semaine. Beau profit pour lui!

Montréal aura néanmoins attiré beaucoup de gens de la campagne; ces gens y auront beaucoup dépensé. C'est vrai. Mais, pour quelques magasins de la ville qui bénéficieraient grandement, nous le reconnaissons, de cette semaine exceptionnelle, faudra-t-il causer un tort considérable aux marchands de la campagne?

Il est évident que la "Semaine des marchands" n'aurait pas sa raison d'être, si la date en était fixée à l'époque où les cultivateurs sont occupés par les travaux des champs. On aura donc grand soin de la reporter à un moment où la moisson étant terminée les gens de la campagne ont de l'argent et du temps à dépenser.

Le marchand de la campagne attend lui-même ce moment pour rendre à ses clients naturels et pour rentrer également dans les crédits antérieurement consentis. Croit-on que le marchand de la campagne ne souffrirait pas d'une "Semaine de marchands" à Montréal? Croit-on que ses ventes n'en seraient pas affectées? que ses rentrées de fonds n'en seraient pas diminuées?

Les grands magasins à départements, les maisons à catalogues ont déjà causé au commerce de la campagne un tort assez considérable pour qu'on ne les aide

pas, pour qu'on ne les soutienne pas, pour qu'on ne les encourage pas dans cette nouvelle tentative d'accaparer, avec le commerce des villes, celui des campagnes et de ruiner les marchands des petites localités.

Il faut que tout le monde vive et, par conséquent, il faut laisser vivre tout le monde, les petits comme les gros. Les gros peuvent se débattre et se tirer d'affaires tout seuls, tandis que les petits ont besoin d'être soutenus et encouragés pour grossir. C'est à ces derniers que vont nos sympathies. Le pays tout entier est intéressé à ce qu'il y ait partout, dans toutes les localités du bien-être, de l'aisance et même de la richesse. Nos villages, nos municipalités de campagne ne pourront prospérer, progresser que si l'aisance y règne. Adieu le progrès dans nos centres agricoles, si le marchand ne peut y vivre.

Si l'on admet, et nous croyons que tous ceux qui pensent et réfléchissent quelque peu l'admettront, si l'on admet que l'instigation, dans les grands centres comme mercataux, de la "Semaine des marchands" est une innovation préjudiciable aux marchands des campagnes, nous ne croyons pas nous tromper en avançant que les commerçants de gros, fournisseurs des marchands de la campagne, ne sauraient voir d'un bon oeil la dite innovation.

Ils s'en ressentiraient forcément et dans leur chiffre d'affaires et dans leurs collections.

Dans leur chiffre d'affaires; parce qu'ils ne sont pas les fournisseurs des magasins à départements qui importent eux-mêmes la plupart de leurs marchandises et dans leurs collections; parce que, comme nous l'avons dit plus haut, il y aurait diminution de recettes chez leurs clients, les marchands de la campagne.

Autre chose: il est curieux de constater qu'un moment où les esprits les plus pondérés, les gens les mieux éclairés prêchent l'ordre, l'épargne et l'économie, il s'en trouve d'autres qui poussent à la