

La prétendue erreur qu'il invoque à l'appui de son opposition n'est ni une erreur de fait, ni une erreur de loi. Le jugement de la Cour Inférieure est confirmé et l'appel renvoyé avec dépens.

Hon. Juge Trenholme, [dissident.] Je suis d'opinion de maintenir l'appel. A mon point de vue, Garlépy n'était pas compétent pour acquérir le droit qu'il réclame, par rapport à la licence de restaurant en question dans cette cause, en opposition aux créanciers du failli. L'appelant et tous les créanciers du failli avaient le droit de maintenir que la licence appartenait réellement au failli qui était revêtu et pouvait être seul revêtu des insignes de la propriété en question. Dans mon opinion, ce serait étendre la doctrine des droits au-delà de tout précédent dans notre législation, si nous maintenons le droit du répondant à la licence en question.

### LISEZ LES JOURNAUX COMMERCIAUX

Tout homme qui est dans le commerce se doit à soi-même de lire des journaux commerciaux. Il le doit aussi à la communauté et aux journaux eux-mêmes. Il le doit à soi-même, parce que ses propres progrès sont développés par la lecture et l'étude de ces journaux; à la communauté, parce qu'il lui doit toute l'aide qu'il peut lui donner pour favoriser les progrès de la communauté; aux journaux commerciaux, parce que le seul moyen qu'ils aient d'exercer une influence, c'est d'avoir leur existence assurée et ils ne peuvent exister que si on les soutient.

Les journaux commerciaux sont faits pour discuter des questions commerciales. Il y en a qui traitent des problèmes généraux embrassant un champ vaste et, par conséquent, des questions qui ont une grande importance indirecte pour la plupart des lecteurs—mais cette importance est néanmoins réelle. D'autres journaux se limitent à un champ plus restreint.

Toute personne raisonnable doit comprendre qu'aucun périodique n'est aussi à même de discuter des questions commerciales qu'un journal consacré exclusivement à de telles questions. Les hommes d'affaires modernes se rendent compte que le journal commercial est essentiel à la discussion de ces sujets, c'est l'intermédiaire le meilleur et le plus naturel pour faire connaître l'opinion publique sur eux. En effet les journaux commerciaux sont dirigés par des hommes qui font du commerce leur étude principale et peuvent ainsi exercer le meilleur jugement dans toutes les discussions sur de tels points. Le journal commercial diffère du journal quotidien et du magazine. Il ne cherche pas à donner les nouvelles du jour du monde

ou à plaire à l'esprit du lecteur. Sa mission est d'instruire et de guider. Il traite des sujets qui probablement profiteront directement au commerçant et inspireront son esprit.

Si les hommes d'affaires ne donnaient pas leur appui aux journaux commerciaux, qui s'occupent directement de leurs intérêts respectifs, ces journaux ne pourraient pas exister; les divers commerces seraient alors sans journaux consacrés à leurs intérêts spéciaux et en subiraient la conséquence. Les journaux commerciaux devraient avoir plus que l'aide des abonnés; ils devraient exciter l'intérêt sympathique de tous leurs lecteurs. Ils correspondraient mieux aux besoins des lecteurs, si ceux-ci voulaient offrir leurs critiques bienveillantes, suggérer des améliorations, dire quelles sont les questions dont ils désiraient la discussion, contribuer même à leur rédaction.

Nous remarquons que les meilleurs journaux commerciaux d'Angleterre et des Etats-Unis sont remplis d'articles écrits par des lecteurs. Nous ne savons pas exactement pourquoi, mais les lecteurs de ce journal ont semblé, pour la plupart, satisfaits de ce que nous leur offrons, sans contribuer beaucoup par eux-mêmes aux discussions. Nous aimerions recevoir de leurs articles, nous aimerions les voir participer d'une manière générale à toutes les discussions qui se rapportent à l'intérêt du commerce. Nous avons confiance en leurs capacités pour bien s'acquitter de cette tâche. Tout ce qu'ils ont besoin de faire, c'est d'adresser une lettre au rédacteur en chef.

Il y a un autre moyen dont le marchand peut se décharger de sa responsabilité envers soi-même, envers la communauté et envers le journal commercial. Il peut intéresser d'autres à ce journal. Si un nouveau marchand ouvre un magasin, l'ancien marchand devrait lui faire prendre un abonnement. Il est vrai qu'il mettrait ainsi un instrument de progrès entre les mains d'un rival. Mais qu'est-ce que cela fait? N'est-il pas capable de lutter? Si la plus grande circulation d'un journal commercial aide à faire mieux comprendre les affaires, cela n'est-il pas avantageux pour la communauté? Ce qui est bon pour la communauté, n'est-il pas bon pour l'individu? Alors pourquoi chaque lecteur ne s'intéresserait-il pas à l'extension de sa circulation? — [Maritime Merchant].

### L'EFFET PARALYSANT DU CREDIT

Quand le marchand-détaillier se rend compte qu'en faisant crédit, il prête de l'argent, c'est un homme en sûreté.

On peut ajouter à cette maxime la suivante: quand l'acheteur comprend parfaitement que l'obtention du crédit est

un emprunt d'argent à des taux ruineux, il est dans le droit chemin pour échapper aux embarras d'argent.

La science de l'économie comprend une partie qui traite de l'obtention à crédit d'une manière scientifique, ou plutôt, en temps qu'elles sont effectuées suivant la loi de l'économie. Le sujet n'est pas simple et n'offre certainement pas beaucoup d'intérêt au lecteur général; mais il contient une certaine partie si claire que tout le monde peut la lire. Cette partie intéresse chacun de nous—c'est celle qui concerne l'obtention de marchandises à crédit des détailliers qui nous fournissent ce qui nous est nécessaire journallement. Etudions un peu cette question tant au point de vue de sa nature que de sa mise en pratique.

Le système qu'on appelait autrefois "trust" est connu généralement maintenant sous le nom de "crédit". Toutefois, dans le cas qui nous occupe, les deux mots ont la même signification et indiquent que le marchand a confiance que les marchandises livrées à une autre personne seront payées à quelque époque future; ainsi la personne en qui le marchand met sa confiance est créditée d'intentions honnêtes. L'honnêteté et l'honneur de l'acheteur sont donc supposés former la base de la transaction commerciale. Il est évident que, dans un marché de cette sorte, il doit y avoir deux parties, celle qui vend et celle qui achète, et qu'entre les deux existe, ou devrait exister, un agrément bien établi, quant à l'époque exacte où le paiement devra être fait. Jusque là, la transaction est juste et honorable et par conséquent à l'abri des reproches; mais malheureusement la fragilité humaine entre souvent en jeu et vient tout gâter. Le vendeur ou l'acheteur, ou tous les deux peuvent être influencés par une avidité déloyale ou la fourberie et ce qui, maintenu dans les limites convenues, aurait pu être une transaction profitant aux deux parties concernées, tourne souvent en une trahison et un piège. Il s'en suit une haine réciproque, des invectives, des récriminations; on en arrive aux injures et cette malheureuse affaire dégénère en une querelle honteuse et disgracieuse.

Personne n'essaiera de nier que le privilège de pouvoir acheter à crédit de marchandises en petite quantité est souvent très commode; on n'apprécie la vraie valeur de ce privilège que lorsqu'il est supprimé. Mais comme les privilèges sont souvent supposés être compensés par des avantages, le marchand a droit raisonnablement à une légère augmentation du prix de ses marchandises pour être privé pendant un certain temps de l'usage de son argent. Ceci est bien connu de presque tout le monde et, cependant, combien de fois n'arrive-t-il pas qu'une personne n'ayant pas réglé son compte, pour une année entière par ex