

LES ACHATS INCONSIDERES

Cause de ruines ou de pertes de profits

Le marchand, pour savoir si ses opérations de l'année ont été aussi fructueuses que le chiffre des ventes semble l'indiquer, est obligé de faire un inventaire.

Cet inventaire le renseignera sur les résultats acquis et, s'il veut bien réfléchir, lui dictera la conduite qu'il devra tenir dans l'avenir, pour faire des profits s'il n'en a pas fait, ou pour en réaliser davantage, s'il n'est pas satisfait de ceux qu'il a obtenus.

Les profits! Mais c'est pour cela que travaille le marchand, c'est pour cela qu'il met son argent dans les affaires. Les profits doivent être son point de mire; toujours il lui faut avoir devant les yeux le but à atteindre; les profits.

Comment un marchand peut-il réaliser des profits à coup sûr?

Voilà une question un peu hardie, dirait-on car s'il est une méthode pour réaliser des profits en toute sûreté, comment se fait-il que tant de marchands fassent faillite ou abandonnent les affaires avant d'avoir mangé leurs derniers sous?

On pourrait très simplement répondre que, ceux qui font faillite ou abandonnent les affaires avant d'avoir épuisé leurs dernières ressources, se sont écartés des règles qu'ils auraient dû suivre pour réussir.

Nous avons dit, dans un article précédent, que trop de marchands s'étaient lancés dans les affaires sans un capital suffisant ou sans les connaissances suffisantes pour mener à bien leur entreprise. Voilà déjà deux causes de non-réussite: insuffisance du capital et ignorance des affaires, sur lesquelles nous n'avons pas à revenir et qui ont fait et feront encore de nombreuses victimes.

Pour réussir, il est des choses qu'il faut faire et d'autres qu'il ne faut pas faire.

Parmi celles qu'il ne faut pas faire, nous parlerons aujourd'hui des achats faits sans discernement.

Nous disions, au commencement de cet article, que l'inventaire dicte la conduite à tenir dans l'avenir pour qui veut bien réfléchir.

Quand un marchand voit, en relevant l'inventaire de ses marchandises, un certain nombre d'articles achetés depuis longtemps, qui ont vieilli sur les tablettes ou dans les tiroirs, défraîchis, sales, ou démodés, il est évident qu'il doit se faire un reproche. Ou il a acheté trop de marchandises de même sorte, en regard à l'étendue de sa clientèle; ou il a fait l'acquisition d'articles pour lesquels il n'y avait pas de demande, ou qui n'ont eu qu'une vogue momentanée.

C'est une erreur toujours de s'encombrer de marchandises. Il n'y a aucune raison qui justifie l'achat d'une plus grande quantité de marchandises qu'on n'en

peut vendre dans un temps déterminé. Et ce temps déterminé doit être tel que la marchandise ne risque pas d'être détériorée, avant qu'on ait pu l'écouler entièrement.

Un marchand qui se tient au courant de ce qui se passe dans le commerce peut souvent prévenir la hausse d'un article ou d'une marchandise. S'il a quelque argent disponible dont il n'ait pas un emploi immédiat, ou rapproché, il est parfois incliné à spéculer sur cette marchandise dont il prévoit la hausse. S'il achète cette marchandise en plus grande quantité que de coutume, mais cependant avec assez de modération pour être certain de l'écouler avant que les conditions du marché puissent se tourner contre lui, il est dans le vrai.

Dans le cas contraire, il a tort, car, à l'inventaire, il retrouve une partie de ces marchandises dans un état qui n'en facilite pas la vente.

Dans un magasin de détail qui ne fait pas un fort chiffre d'affaires, il ne faut pas aller bien loin dans la voie des achats faits inconsidérément pour compromettre les résultats d'une année de travail.

Voici maintenant un article nouveau qui vient d'être mis sur le marché. Cet article est poussé à force de réclamer. Une publicité bien comprise, bien organisée plutôt, fait que le public, sur la simple lecture des annonces, demande cet article. Le marchand qui d'abord était méfiant et redoutait de mettre en magasin une nouvelle marque,—d'autant plus qu'il tient déjà quelque chose de similaire—se laisse aller et achète: il le faut bien, la marchandise lui est demandée et redemandée.

Un voyageur passe, offre la nouvelle marque si en vogue, fait des prix spéciaux pour un certain nombre de caisses et part avec un ordre important dans son carnet.

Pour une raison ou pour une autre, la publicité cesse ou diminue. L'article qui n'était soutenu que par la publicité et qui, peut-être aussi n'est pas goûté du public, tombe à plat, la demande cesse net. C'est le sort de beaucoup d'articles nouveaux qui apparaissent et disparaissent inopinément.

Beaucoup de marchands ont eu une fâcheuse expérience avec ces articles, et d'autres s'y feront prendre encore, s'ils ne se montrent prudents et n'achètent en petite quantité des marchandises qui n'ont pas subi l'épreuve du temps.

Nous ne saurions trop le répéter, les achats faits inconsidérément causent souvent la ruine du marchand; ils rognent en tous cas les profits. Ce qu'il faut éviter à tout prix.

UNE LOI DE PROTECTION

L'Etat du Massachusetts a passé récemment une loi qu'il ne nous déplairait pas de voir adopter au Canada.

En vertu de la dite loi, toutes les agences de recouvrements (collection agencies) devront donner à l'Etat une garantie du montant de \$5,000 qu'elles feront un commerce honnête.

Nous avons ici nombre de gens qui s'occupent de faire des recouvrements et qui n'offrent aucune surface, aucune garantie personnelle et seraient bien souvent en peine de trouver quelqu'un qui veuille répondre pour eux de leur honnêteté en les cautionnant pour une somme raisonnable.

Combien de marchands de détail ont été victimes de collecteurs qui n'étaient à vrai dire que des chevaliers d'industrie.

Certes, parmi ceux qui s'occupent de recouvrements, il est de très honnêtes gens qu'une loi comme celle du Massachusetts alderait, car ils pourraient trouver facilement, soit auprès des compagnies de garantie, soit auprès de particuliers, le cautionnement exigé par la loi et ils seraient, du même coup, débarrassés de la concurrence des algrefins dont les méfaits ont parfois causé du tort à la profession de ceux qui s'occupent de recouvrements.

Espérons que nous aurons bientôt dans nos statuts une loi dans le genre de celle qui sera bientôt en vigueur au Massachusetts et qui est une véritable loi de protection pour le marchand.

L'ALUN DANS LES PRODUITS ALIMENTAIRES

La guerre aux produits alimentaires alunés se poursuit sans trêve aux Etats-Unis depuis qu'on tient pour évident que l'ingestion de l'alun est malsain et nuisible.

A partir du 1er janvier 1911, l'expédition dans le Dakota du Nord au l'offre en vente dans cet état de pickles ou autres produits alimentaires contenant de l'alun, seront combattues par le commissaire de l'alimentation, E. F. Ladd, qui a publié l'avis suivant sous sa signature.

Il semble qu'il y ait quelque malentendu en ce qui concerne l'emploi de l'alun dans les produits alimentaires, spécialement dans les pickles, tel que prononcé dans le Bulletin Spécial No 6, page 17, dans les termes suivants: "Les pickles préparés pour 1910 doivent être exempts de tous sels d'alun."

Afin que l'attitude prise par ce Département soit clairement comprise, nous donnons avis que l'expédition dans le Dakota du Nord ou la mise en vente de pickles ou autres produits alimentaires auxquels de l'alun aura été ajouté, seront contestées à partir du 1er janvier 1911. Il ne sera pas fait d'opposition aux anciennes marchandises reçues par les marchands avant le 1er octobre.

Une bonne annonce vend des marchandises aujourd'hui et vous fait une bonne réputation pour demain.