

INFLUENCE DU GENRE D'EMPAQUETAGE

A première vue, il semble difficile de concevoir que le genre, la forme d'un emballage aient quelque influence sur la vente des marchandises. Pourtant, des marchands expérimentés disent que le genre, la forme et les dimensions des emballages ont souvent plus d'importance pour la vente que la qualité même de l'article. La raison de cet état de choses, dit le "New England Grocer", doit être un des mystères de la nature humaine; mais le fait a été démontré si souvent et d'une manière si évidente qu'il n'admet pas de discussion.

Un exemple de cette particularité a été mis en évidence dans un essai fait récemment pour vendre de l'huile d'olive très fine. Cet article était mis d'abord dans de grandes bouteilles droites; mais ces bouteilles semblaient si grossières et donnaient si peu de satisfaction que le marchand pensa à les changer et à mettre cette huile dans des bouteilles plus belles. Il se procura donc une certaine quantité de flacons élégants et d'une forme bien connue. Lorsqu'il les offrit à ses clients qui étaient habitués aux anciennes bouteilles, ils refusèrent cette nouvelle forme. Ils ne voulaient pas entendre parler de ce genre de bouteilles, peu importe les avantages qui leur étaient offerts et la meilleure apparence qu'avait la bouteille. A la longue, le marchand trouva qu'il avait fait une erreur et fut obligé de remettre son huile dans les anciennes bouteilles. Ceci semble d'autant plus étrange quand on sait que presque toute l'huile d'olive de Californie est mise en bouteilles en forme de flacons. Celles-ci sont considérées comme une chose essentielle pour conserver les qualités de l'huile d'olive. Les grandes bouteilles, à l'aspect grossier, conservent à peine les fines propriétés de l'huile d'olive; mais, quand la clientèle d'un commerçant ne veut pas prendre une certaine variété de bouteilles, le seul moyen qu'il y a de se tirer d'affaires est de mettre la marchandise dans quelque chose que la clientèle acceptera.

Cet état d'esprit, en ce qui concerne l'emballage des marchandises, concerne tous les articles vendus par les épiceries. Il n'y a jamais eu une époque auparavant, où il ait été possible d'obtenir une si grande quantité d'articles d'épicerie, d'une consommation journalière, emballés d'une manière si élégante et si attrayante que maintenant et, cependant, il y a des marchands qui refusent presque d'accepter des marchandises emballées et qui déclarent qu'ils vont acheter des marchandises en vrac aussi longtemps qu'ils le pourront, refusant les bénéfices que leur offrent les marchandises emballées. Il est impossible de leur faire voir la folie de cette at-

Pour la qualité et la pureté,
achetez l'

Extra Granulé

Et les autres sucres raffinés
de la vieille marque de
confiance



Manufacturé par
The Canada Sugar Refining Co.

LIMITÉE.
MONTREAL.

Les viandes de Clark ont été essayées et trouvées satisfaisantes.

TOUT EPICIER ENTREPRENANT, préfère acheter des marchandises qui sont annoncées, qui ont été éprouvées, qui ont une réputation et retiennent la confiance du consommateur. IL SAIT qu'il a tout à perdre et rien à gagner en achetant des produits non éprouvés.

Qu'allez-vous faire à ce sujet ?

titude; mais ils sont trop imbus de leur croyance pour accepter quelque chose qui ait rapport aux procédés modernes. Ils disent que les anciennes méthodes sont assez bonnes et préfèrent avoir dans leurs magasins des boîtes et des barils ouverts qui ramassent la poussière et la malpropreté, plutôt que d'avoir des marchandises en paquets et d'acheter ainsi leurs marchandises avec la plus grande partie de leur travail toute faite.

Bien plus, il y a des consommateurs qui sont dans la même disposition d'esprit; ils n'achèteront que des marchandises en vrac, d'après l'ancien système, croyant évidemment qu'ils obtiennent des articles meilleurs de cette manière. Ils sont toujours prêts à débâter contre les nouvelles méthodes, ainsi qu'ils les appellent, et refusent d'accepter quoi que ce soit qui soit conforme aux nouvelles idées acceptées pour la vente de l'épicerie.

Tout cela constitue un problème excessivement difficile à résoudre pour le marchand. En règle générale, celui-ci demande les marchandises les meilleures et les moins chères qu'il puisse acheter et chacun sait très bien que celles-ci sont maintenant mises en paquets. On ne vend plus guère de marchandises en vrac, elles sont trop dispendieuses. Il y a trop d'occasions de pertes et trop d'occasions pour que les marchandises se gâtent. Le paquet tient les marchandises en bonne condition presque indéfiniment. Quand les marchandises sont en vrac, il y a perte par le fait même, perte par la pesée, perte par l'éparpillement des marchandises alors qu'on les pèse et perte encore d'autres manières. Aucun de ces inconvénients ne se rencontre quand un marchand tient ses marchandises en paquets.

Ce que les commerçants devraient faire, lorsqu'ils ont des difficultés en raison des marchandises en paquets, c'est d'étudier les goûts de leurs clients en général et de se rendre compte, si possible, de ce que le client aimerait. Cela prendra du temps; mais d'autres choses prennent du temps pour rapporter des bénéfices. Il faut du temps pour apprendre les goûts de la clientèle et il faut du temps pour les satisfaire. Aussi, le commerçant devrait commencer à étudier sa clientèle, ses particularités et ses besoins; s'il fait cette étude, il pourra fournir des articles en paquets qui satisferont les clients et qui augmenteront ses affaires et ses profits.

Certaines localités désirent une chose, et d'autres en désirent une autre. Certains veulent un paquet contenant 1 livre, et d'autres un paquet contenant 2 livres. Quelques-uns demandent un genre de bouteilles, d'autres en demandent un autre, et on pourrait continuer ainsi de suite en citant un article ou un autre qui