

Etats-Unis pour se transformer un peu et même beaucoup à leur image. Le Canadien, qui fait des bénéfices, n'est pas de ceux qui cherchent à s'enrichir par l'épargne plus que par l'activité. Malgré les réserves importantes des Banques et des Caisses d'Epargne, il est notoire que les Canadiens gagnant beaucoup dépensent beaucoup. Ils n'aiment pas la privation, et comme les Américains, ils tiennent à la vie large et consomment davantage pour mettre leurs ressources à la hauteur de leurs dépenses. C'est là toute la psychologie d's pays nouveaux; et à cet égard les Canadiens, mêmes les Canadiens français, sont devenus les citoyens d'un pays vraiment nouveau.

Il y a donc au Canada des gens qui dépensent, excellente condition pour ceux qui désirent leur vendre, et particulièrement pour nous Français, qui ne sommes pas là-bas des étrangers ordinaires".

De l'avis général, le moment était venu de faire quelque chose pour faciliter encore l'expansion des rapports commerciaux franco-canadiens; les gouvernements respectifs, parfaitement d'accord à ce sujet, entreprirent alors, l'an passé, la préparation d'une nouvelle convention douanière. La ratification de ce traité de commerce n'est pas sans rencontrer quelques difficultés; des intérêts en jeu sont trop complexes pour qu'il en soit autrement, mais on ne peut douter du succès final; l'intérêt des deux pays est aujourd'hui trop profondément engagé dans cette question pour qu'une solution satisfaisante n'intervienne pas bientôt. Et le nouvel état de choses ne pourra que militer encore en faveur de l'augmentation rapide de ce trafic.

Terrain favorable, rapports économiques cordiaux et avantageux, il semble que nos exportateurs n'aient plus besoin, pour introduire utilement leurs articles sur le marché canadien, que d'un peu de bonne volonté, que d'efforts personnels et sulvis. Encore ne sont-ils pas abandonnés à eux-mêmes pour l'étude préalable de la question et la mise en contact avec les intermédiaires locaux.

La Chambre de Commerce Française de Montréal, 230 Board of Trade Building à Montréal, se tient à la disposition de tous les exportateurs français; son dévouement aux intérêts de notre pays est bien connu et les services qu'elle a été à même de rendre, déjà, sont la meilleure preuve de l'efficacité de son intervention.

On ne saurait trop engager les intéressés à s'adresser à elle en toute occasion, et tout porte à penser que seront bien inspirés ceux-là qui ne tarderont pas davantage à aborder le marché canadien.

Un marchand n'a absolument rien à faire avec un procès, quel qu'il soit. Les seuls qui tirent profit des procès sont les avocats.

## LES COMPAGNIES INCORPOREES

D'après un rapport du Département du Secrétaire d'Etat, le nombre des chartes émises en vertu de l'Acte des Compagnies durant l'année 1907, a été de 378 en légère augmentation sur l'année précédente; et pendant les trois premiers mois de l'année courante, les chartes émises ont été au nombre de 64, soit un total de 442. Pour les premiers douze mois, la capitalisation totale des nouvelles compagnies a été de \$132,686,300 et les compagnies déjà existantes ont augmenté leur capitalisation de \$19,091,900.

Les revenus qu'a tirés le département des chartes émises en 1907 ont été de \$86,900. Les recettes totales du département ont été de \$89,501 et ont excédé d'environ \$40,000 les dépenses du département.

## LES CONTRATS D'ANNONCE

Un procès intéressant à la fois pour les journaux et ceux qui y publient des annonces vient de se terminer à Ottawa, nous dit une dépêche de cette dernière ville. Voici les faits:

Il y a quelques mois, M. W. J. Wilson, de l'hôtel "Belmont" prit un contrat d'annonce dans l'"Evening Journal" pour une période d'un an.

Après avoir annoncé régulièrement pendant sept mois, M. Wilson cessa de publier des annonces. Le gérant du journal envoya alors un compte à M. Wilson, établi sur le taux ordinaire et non d'après le prix spécial des contrats d'un an.

M. Wilson voulait payer les sept mois, au taux de son contrat.

Le juge a donné gain de cause à l'"Evening Journal". En rendant sa décision, il dit que M. Wilson en abrégant la durée de son contrat, n'a plus droit au taux spécial qui lui avait été accordé pour une année, mais doit payer le plein prix spécifié pour les annonces à courte période.

## LES CAUSES D'INSUCCES EN AFFAIRES

Une analyse des raisons données des insuccès en affaires donne des résultats intéressants, dit un écrivain dans le "Grocers' Assistant", de Londres, Angleterre. Le plus important facteur de tous est l'incompétence. Dans un rapport fait par une agence américaine de renseignements, l'incompétence vient en tête de la liste, et cependant, au point de vue commercial, il est difficile de dire que les Américains soient incompétents. Il y a là un fait significatif. Un peuple habile en affaires a pour principale cause de ses insuccès l'incompétence. Une foule de questions se présentent à l'esprit. Cela veut-il dire que trop d'hommes se mettent en affaires à leur compte,

pensant pouvoir faire tout ce qui est nécessaire, simplement pour prouver leur incapacité? Le mot compétence est une expression au sens large: il suggère des connaissances étendues et de la puissance pour agir comme on doit le faire en affaires. Est-ce l'absence de l'une ou de l'autre de ces choses (ou de toutes les deux) qui cause les insuccès? Après tout, cela importe peu, car le mot incompetent est un terme qui s'applique à toute espèce de faiblesse. La situation prend un aspect heureux quand on pense qu'un homme compétent a une bonne chance de tenir la tête haute. Il peut se trouver dans des circonstances défavorables; car même un homme compétent ne peut rien faire sans argent et, s'il est dans cette situation, toute son habileté ne lui servira de rien. Avec du temps, il pourrait sortir d'une impasse, mais il y a des cas où le succès et l'insuccès sont déterminés par le temps. Cependant, si vous connaissez bien votre affaire, vous êtes sur la grande voie qui mène à la réussite. Maintenant la connaissez-vous aussi bien que vous le pourriez?

## LA PROPRETE DES COMPTOIRS

Une des premières choses que devrait apprendre un apprenti, c'est à tenir son comptoir propre. Non seulement il devrait l'épousseter et le frotter de bonne heure le matin, mais il devrait aussi veiller à la maintenir exempt de la moindre parcelle de poussière dans le courant de la journée. Le comptoir doit être propre et débarrassé de tout ce qui pourrait l'encombrer; les paquets ne doivent pas s'y accumuler et les marchandises étalées pour un client doivent être évacuées rapidement presque aussitôt que celui-ci quitte le comptoir, de manière que ce dernier soit prêt pour un autre client. Une des règles d'un établissement de vente de draps est que le commis débarrasse le comptoir des marchandises, avant que le client ne s'en aille, en faisant souvent attendre un autre dans ses efforts pour accomplir deux devoirs à la fois: faire un paquet et débarrasser le comptoir. Une méthode peut être portée à l'extrême, car il est évident que tout délai à servir un client cause de l'ennui à celui-ci. Toutefois, les comptoirs devraient être débarrassés aussi vite que possible. De plus, il faut blâmer la pratique moderne qui consiste à employer une partie du comptoir pour l'étalage des marchandises, ce qui réduit l'espace alloué au service du public. Il est tout à fait possible d'avoir sous la main un certain nombre d'articles divers, pour les présenter aux clients, afin de tenter ceux-ci à faire un achat, sans obstruer le comptoir de choses superflues. Il faut mettre un frein à cette tendance qu'ont les commis de magasin à entasser trop d'articles sur le comptoir.