

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Du Commerce, de la Finance, de l'Industrie,
de la Propriété foncière et des Assurances.

BUREAU: No 99, rue St-Jacques, Montréal

ABONNEMENTS:

Montréal, un an.....	\$2.00
Canada et Etats-Unis.....	1.50
France.....	fr. 12.50

Publié par

La Société de Publication Commerciale

J. MONIER, Directeur.

Téléphone Bell, 2602.

Téléphone Fédéral 708.

Les bureaux du PRIX COURANT sont maintenant au No 99, rue St-Jacques, Montréal, coin de la Place d'Armes.

MONTREAL, 22 MAI 1891

La Loi des Licences

Notre brochure contenant la Loi des Licences est maintenant prête ceux de nos abonnés, ayant payé leur abonnement d'avance, qui nous en feront la demande (avec un timbre de 3 c. pour la malle), pourront la recevoir immédiatement.

FERRONNERIE

Messieurs Piché & Tisdale ont repris les affaires et sont en mesure de donner satisfaction à leurs clients, comme par le passé.

Les manufacturiers de fer blanc du Pays de Galles, qui fournissaient plus de la moitié de la consommation du monde entier, ont décidé de fermer leurs usines pendant tout le mois de juillet, pour permettre d'écouler les stocks en existence. Le bill McLinley leur ayant à peu près fermé le marché américain, ils sont obligés de diminuer leur fabrication pour empêcher l'encombrement des autres marchés.

M. E. D. Colleret dont le magasin de ferronnerie était autrefois au No 101 rue McGill, vient de déménager au No 522½ rue Craig.

Il est fortement question de nouveau d'une combinaison entre les fabricants canadiens de peintures.

La Canada Iron Furnace Co (Limited) doit construire immédiatement un nouveau fourneau aux forges de Radnor, sur le St Maurice, pour la production de la fonte au charbon de bois.

Messieurs Duperrouzel Dostert & Cie ont installé un nouvel atelier, rue St Jacques No 93 à Montréal, pour le travail du cuivre, les travaux de galvanoplastie et les appareils électriques. Ce sont des électriciens, machinistes, pratiques, qui donneront sûrement satisfaction à leur clientèle.

Le platine, dont les usages se multiplient à mesure que s'étend l'utilisation de l'électricité: devient de plus en plus cher. Il vaut aujourd'hui à Londres \$20. l'once. On le

tire principalement des mines de l'Oural, en Russie; mais il paraît qu'il en existe des dépôts, en alliage avec l'or, dans la vallée de la Saskatchewan.

La grève des mineurs en Belgique paraît devoir affecter le prix du fer sur les marchés de Belgique et d'Angleterre.

Le coffre fort du département des finances, à Ottawa, coûte \$44,468, dont \$33,377 ont été payées aux fabricants, le reste ayant été dépensé pour les fondations et les travaux accessoires.

A Harris, Son & Co et The Massey Manufacturing Co qui étaient propriétaires des deux plus considérables parmi les fabriques d'instruments aratoires au Canada sont fusionnés sous la raison sociale de "The Massey & Harris Co (Limited)" avec siège social à Toronto. Les officiers de la nouvelle compagnie sont MM. H. A. Massey, président; J. K. Osborne, vice président, L. M. Jones, gérant général; W. E. H. Massey, sous-gérant, J. H. Shennstone, secrétaire, C. D. Massey, trésorier.

LE TARIF

L'opinion publique paraît tiraillée en deux sens contraires au sujet des changements qui doivent être faits au tarif des douanes. D'un côté, on voudrait le maintien du tarif actuel sur les sucres bruts, et même, si c'était possible, l'augmentation des droits, afin de mieux protéger l'industrie du sucre de betterave que l'on essaie depuis si longtemps d'implanter dans le pays. D'un autre côté, on demande l'abolition des droits sur les sucres bruts afin de mettre le consommateur canadien sur le même pied que celui des Etats-Unis; quitte à prélever les sommes ainsi perdues par le trésor au moyen d'une taxe sur le thé ou l'augmentation des droits de douane au d'accise sur les liqueurs. Avec ce dernier projet, il faudrait, pour protéger l'industrie de la betterave à sucre, payer une prime à la fabrication du sucre indigène, comme on le fait actuellement aux Etats-Unis.

Tout le monde est sur le qui vive dans le commerce; les détailliers s'approvisionnent de thés et de boissons, afin de ne pas se laisser surprendre par une hausse de prix, et la plupart d'entre eux n'achètent leur sucre qu'en quantité suffisante pour entretenir le stock d'un jour à l'autre. Car le commerce croit à l'abolition des droits sur le sucre brut.

Il n'y a guère pour prêcher la doctrine contraire que les fanatiques de la protection qui ne connaissent, d'ailleurs la valeur de ce mot que comme programme électorale, les politiciens en un mot.

L'abolition des droits sur le sucre brut laisserait nos raffineries aussi amplement protégées contre les américains, qu'ils l'étaient avant le bill McKinley; il n'y a que l'industrie

de la betterave à sucre qui puisse y perdre, si on ne fait pas compensation au moyen d'une prime.

Les consommateurs et les marchands sont à peu près unanimes à demander le dégrèvement des sucres bruts; le gouvernement fédéral ne saurait donc croyons nous, hésiter à accorder ce dégrèvement. Mais nous sommes persuadé aussi, que la grande prépondérance de l'opinion publique est en faveur d'une mesure libérale d'encouragement pour la betterave à sucre au moyen d'une prime à la fabrication.

Nous saurons, d'ailleurs à quoi nous en tenir avant longtemps.

POUR RÉUSSIR

Le marchand qui veut réussir place l'intégrité, l'honnêteté la plus stricte comme base de tout succès légitime en affaires.

Il ne place aucune borne à son ambition parce que la carrière est libre et que le travail mène à tout.

Lorsque la saison est bonne, il cherche à augmenter sa clientèle, si la saison est mauvaise il redouble ses efforts dans la même direction.

Il se fie sur son propre travail et ses propres capacités et n'est jamais désappointé.

Il est strictement économe dans les affaires mais ne descend pas à la mesquinerie.

Il est toujours aux aguets de la nouveauté en marchandises et il accepte les bons conseils d'où qu'ils viennent.

Il comprend que le premier objet du commerce c'est de faire de l'argent; c'est pourquoi il ne se laisse pas entraîner à couper les prix.

Il ne se tient pas comme emprisonné dans son voisinage immédiat; s'il n'y trouve pas tout ce qu'il lui faut comme clientèle, il va la chercher à distance.

Il préfère ses propres méthodes, et conduit, plutôt que de se laisser conduire.

Il ne laisse jamais sa clientèle lui dicter son programme, le préjuger empêche le progrès, l'ignorance dénature les faits.

Il tient une bonne moyenne entre la timidité commerciale d'un côté, et la témérité spéculative de l'autre.

Une première défaite ne l'abat point; le succès ne le rend point téméraire.

Il se rend compte des changements qui se produisent presque insensiblement dans la condition des affaires autour de lui, et il oriente sa voile du côté où souffle le vent.

Il est honnête, non-seulement par politique, mais par principe et il considère un succès qui ferait perdre l'estime comme une défaite morale.

Il ne se laisse pas intimider par une critique ignorante et imméritée. Les opinions n'ont d'influence sur lui qu'en raison de la valeur de celui qui les a émises.

Il paie promptement et collecte à mesure qu'il paie, plutôt que de payer à mesure qu'il collecte.

Il a des manières courtoises et apprécie la valeur commerciale de la courtoisie et de la politesse.

Il prend soin des détails, sachant

que c'est là le mortier qui lie ensemble les éléments de son succès.

Il commence par penser et réfléchir, puis il parle le dernier, parle peu et parle bien.

Il croit à l'efficacité du système en affaires, mais il ne s'y fie pas aveuglément car il sait que la demande est le principal facteur du succès et que le système c'est la route qui y conduit.

Il donne son énergie à "aujourd'hui," mais il tient l'œil sur "demain"; tandis qu'il exploite le présent, il scrute les promesses de l'avenir.

Il possède assez d'expérience et de pratique pour apprécier les qualités de ses commis.

Il connaît la valeur d'une annonce judicieuse; mais il ne fait jamais de réclame à ses voisins en les critiquant à tort et à travers.

Il considère son commerce comme le moyen de gagner sa vie, mais il n'oublie pas ses devoirs envers son prochain—ni envers lui-même.

Il reçoit et lit attentivement un bon journal commercial et paie régulièrement son abonnement.

LES ÉPICIERIERS

Le mouvement à la tête duquel s'est placée l'Association des Épicieriers de Montréal, pour obtenir que tous les épicieriers prennent, sur la vente de leurs marchandises un profit suffisant pour payer leurs frais généraux, leurs taxes, leurs licences et leurs dépenses de famille a été couronné d'un succès considérable, à Montréal, malgré quelques légères divergences d'opinion. Le fait matériel est là que, avant le premier de mai, il y avait des épicieriers qui vendaient la bière pour 7c et même 6c la bouteille, 70c et 80c la douzaine le gin de Kuyper 50c le petit flacon et 75c le gros, le whiskey 20c etc, tandis que, aujourd'hui, il ne se vend nulle part de la bière à moins de 9c la bouteille et de \$1.00 la douzaine.

Les consommateurs n'ont pas le droit de se plaindre de cette augmentation qui n'a été imposée que pour rencontrer l'augmentation du prix des licences. Les épicieriers ont parfaitement le droit de se faire rembourser par leurs clients ces charges qu'on leur impose au profit du trésor public et dont le public a tout le bénéfice. Ils sont dans le commerce pour gagner leur vie, comme d'autres sont entrés dans les professions ou dans l'industrie et rien n'est plus légitime que de chercher à se faire un salaire raisonnable derrière un comptoir.

Mais nous soumettons aux épicieriers de Montréal la question suivante: s'il n'y avait pas eu d'Association d'épicieriers, les prix des boissons auraient-ils pu être augmentés? Tous répondront que la chose eût été à peu près impossible. C'est donc à l'Association que cet immense progrès est dû et c'est elle qu'il faut remercier.

Il faut faire mieux, il faut en faire partie. Déjà un bon nombre l'ont compris, puisque le nombre de ses membres a plus que doublé de