

LE PRIX COURANT

(THE PRICE CURRENT)

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Propriété Immobilière, Etc.

EDITEURS :

LA COMPAGNIE DE PUBLICATIONS COMMERCIALES

(The Trades Publishing Co.)

25, Rue Saint-Gabriel, - MONTREAL

TELEPHONE BELL MAIN 2547

ABONNEMENT MONTREAL ET BANLIEUE - \$2.50
CANADA ET ETATS-UNIS - 2.00 PAR AN.
UNION POSTALE - - Frs 20.00

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins qu'une année complète.



L'abonnement est considéré comme renouvelé si le souscripteur ne nous donne pas avis contraire au moins quinze jours avant l'expiration, et cet avis ne peut être donné que par écrit directement à nos bureaux, nos agents n'étant pas autorisés à recevoir de tels avis.

Une année commencée est due en entier, et il ne sera pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arriérages ne sont pas payés.

Nous n'accepterons de chèques en paiement d'abonnement, qu'en autant que le montant est fait payable au pair à Montréal.

Tous chèques, mandats, bons de poste, doivent être faits payables à l'ordre de : "LE PRIX COURANT"

Nous nous ferons un plaisir de répondre à toutes demandes de renseignements. Adressez toutes communications simplement comme suit :

LE PRIX COURANT, Montréal.

QUESTION DE PRIMES

Dans un accès de mauvaise humeur, ou peut-être de jalousie, la *Semaine Commerciale* fait d'une pierre deux coups; elle essaie de donner un coup de patte à ses confrères, en même temps qu'elle se vante un tantinet.

La *Semaine Commerciale* ne donne pas de primes; elle "a plus de respect pour l'intelligence de ses souscripteurs." (Sic).

Plus de respect que qui? — Que ses confrères, sans doute; il eût été bon de le dire, mais la *Semaine Commerciale* aime sans doute les sous-entendus.

Le *Prix Courant* a des abonnés; il les respecte; il a foi en leur intelligence et il leur offre des primes.

Il y a là une petite nuance que notre confrère appréciera.

Quant au fond même de la question des primes, le voici :

"Le *Prix Courant*" a confiance dans la publicité et, pour preuve, il en fait pour lui-même en distribuant des primes.

La *Semaine Commerciale* admet bien l'utilité de la publicité pour les autres et dans ses propres colonnes, mais elle manque de confiance dans la publicité pour elle-même, ou de l'entêtement nécessaire pour y recourir.

Là est toute la différence.

LE MALAISE DANS L'ÉPICERIE

Le commerce d'épicerie en détail de la ville n'a pas été bien florissant dans ces derniers temps, il a même traversé une crise qui ne semble pas encore terminée.

Nous avons déjà eu l'occasion de dire ici même combien les timbres de commerce avaient été funestes au commerce en général et au commerce d'épicerie en particulier.

Cependant, les timbres de commerce ne sont pas les seuls facteurs du malaise qu'éprouve l'épicerie de détail. Il y a

aussi d'autres causes qui ont provoqué les faillites assez nombreuses de ces derniers mois.

L'une des causes principales c'est l'excès de crédit en même temps que la négligence de beaucoup d'épiciers à faire payer leurs clients.

Un commerçant doit limiter ses ventes à crédit et les proportionner à ses ressources, à son capital, de même qu'il doit n'accorder crédit qu'à ceux qui paient régulièrement à échéance.

Ce n'est pas tout que de viser au chiffre d'affaires, à l'augmentation des ventes. L'objet principal du marchand est de vendre avec profit. Il doit donc traduire ses ventes en argent et, par conséquent, ne pas négliger la collection.

Quand arrive la bonne saison un grand nombre de clients partent à la campagne et oublient de payer leurs dettes; ils sont arriérés de deux mois, trois mois et quelquefois davantage; ils ne reviendront à la ville qu'au bout de trois nouveaux mois et ne paieront alors que s'ils n'ont pas dépensé toutes leurs ressources à la campagne. C'est donc six mois au moins de crédit. Peu d'épiciers sont en mesure d'accorder de si longs crédits et, s'ils ont quelques clients du même genre, on conçoit qu'ils ne puissent pas payer leurs fournisseurs aux époques convenues.

Un épicier qui gaspille ses profits sur les ventes au comptant en les versant aux compagnies de timbres et qui ne fait pas rentrer ses créances quand il vend à crédit ne peut s'attendre qu'à une chose: la faillite.

Le nombre de faillites dans l'épicerie est grand depuis quelques semaines et on prévoit d'autres faillites encore. Aussi ne faut-il pas être surpris si le commerce de gros se trouve quelque peu ému de cette situation et s'il est décidé à pousser les collections avec plus de vigueur.

Nous engageons donc très fortement, dans leur propre intérêt, les épiciers de détail à faire rentrer leurs créances et au besoin, à montrer les dents à leurs clients

récalcitrants. Ils n'ont rien à gagner à temporiser; ils ont tout au contraire grand avantage à se débarrasser d'un client qui les met dans l'embarras; à ne pas augmenter sa dette et surtout à le faire payer. Il vaut mieux faire un moindre chiffre d'affaires et ne faire que des affaires sûres.

ASSOCIATION DES MANUFACTURIERS CANADIENS

L'Association des Manufacturiers Canadiens a eu, comme nous l'avons annoncé, son assemblée annuelle à Québec, cette semaine. Elle a commencé ses travaux lundi. Durant l'année, 3028 nouveaux membres ont été inscrits et à la fin du dernier exercice, il existait un surplus de recettes de \$6,306 sur les dépenses. Malgré cette excellente situation, le secrétaire-général, M. R. J. Younge, dont le rapport a été approuvé fait remarquer la nécessité d'une augmentation des revenus pour faire face aux dépenses d'une organisation qui agrandit chaque jour le champ de son activité et de ses opérations.

Le discours du président sortant, M. K. George, mérite plus qu'une simple mention, nous attendrons d'en avoir le texte que ne manquera pas de publier l'organe de l'Association pour y puiser largement et en faire l'objet de remarques.

Nous aurons également à examiner les rapports des différents comités de l'Association.

Voici le résultat des élections pour le nouveau bureau de direction :

M. C. C. Ballantyne, de Montréal, qui était vice-président dans le dernier bureau, a été élu président en remplacement de M. W. D. George, de Toronto, sortant de charge.

M. Henry Cockshutt, de Brantford, succède à M. Ballantyne, en qualité de vice-président. M. Younge demeure secrétaire et M. Booth trésorier. Les vice-présidents pour les différentes provinces sont les suivants: Lloyd Harris, Brantford Ont.; Québec, Geo. E. Amyot;