

Le programme, soumis par M. Beaudry, a été accepté.

Réunion à 8 heures et demie et départ à 8 1/2 heures. Retour à 5 heures.

Il a été ensuite proposé par M. Boivin que le bureau provincial fasse des démarches auprès de la législature pour obtenir que les juges de paix aient le droit de statuer dans les cas de réclamations pour dettes ne dépassant pas \$100. Si la législature donnait ce pouvoir aux juges de paix, beaucoup de frais seraient évités aux détailliers dans le recouvrement des sommes d'argent qui leur sont dues.

Cette proposition a été adoptée, et l'assemblée s'est ajournée.

### LE MARCHAND

Au point de vue technique, les termes marchand et négociant sont analogues; mais au point de vue commercial et au point de vue pratique, ils sont quelque peu différents. Dans le commerce, le marchand de gros et le grand marchand détaillier, sont connus communément comme négociants, tandis que le propriétaire d'un magasin de détail de dimensions modérées, situé dans une grande ou une petite ville, ou à la campagne, est classé d'ordinaire comme marchand. La meilleure définition du marchand est peut-être celle-ci: un petit commerçant au détail.

Les affaires du marchand ne sont pas étendues, dit "New England Grocer." Quand elles prennent de l'extension, le marchand devient négociant. Comme son commerce est presque entièrement local, et d'un volume relativement faible; le petit marchand cumule naturellement les fonctions d'acheteur, de gérant et de surintendant. En réalité, il fait toutes les fonctions, sauf celles de commis, bien qu'il les ajoute souvent aux siennes propres. Pour réussir, le marchand doit avoir des aptitudes innées pour le commerce, dont il doit connaître à fond tous les détails, quand même il n'aurait pas la compétence nécessaire pour faire de grosses transactions. S'il n'est pas doué d'une sagacité naturelle, il achètera dans des conditions défavorables et paiera plus qu'il ne reçoit. Le marchand est en somme un commerçant, il achète directement, vend directement; il est en relations directes avec le manufacturier ou le vendeur et avec le public auquel il vend ses marchandises.

Il est peu d'occupations plus stables que celles de marchand. Si un marchand comprend bien les principes fondamentaux des affaires, s'il est sagace, s'il sait acheter, s'il est économe pour lui-même et pour ses affaires, il est à peu près sûr de gagner sa vie et est à l'abri de la faillite, pourvu qu'il se contente d'un revenu modéré et qu'il ne dépense pas plus qu'il ne fait, soit dan-

son commerce, soit dans sa manière de vivre. La plupart des insuccès des marchands sont dus à un manque d'aptitudes marquées, à des dépenses extravagantes, à un manque de soin ou d'attention, ou à un essai d'affaires plus étendues que ne le comporte la situation. Presque tous les jeunes gens de capacités moyennes et de bonnes habitudes, qui veulent travailler et qui sont assez prudents, peuvent réussir comme marchands.

Le marchand débute toujours au bas de l'échelle. Il a été garçon de magasin avant d'être vendeur; de vendeur, il est devenu commis principal ou premier vendeur; puis il est passé au rang d'associé ou il est devenu propriétaire du magasin dans lequel il a fait son apprentissage ou d'un magasin qu'il a acheté ou qu'il a créé. Le marchand doit être un homme à tout faire. Il peut mettre à profit ses connaissances en tenue de livres, sans être pour cela un comptable professionnel. Il doit savoir acheter et vendre, et il faut absolument qu'il sache s'adresser à ses clients.

Par-dessus tout, il doit être bon calculateur et pouvoir gérer ses finances dans l'intérêt de son avenir.

Le jeune homme qui a le plus d'aptitudes pour faire un bon marchand montre de bonne heure une propension naturelle au commerce. Le jeune homme qui n'est pas honnête a bien des chances de ne pas réussir. La malhonnêteté peut rapporter beaucoup ou semble rapporter beaucoup; mais, dans les affaires en général, il est absolument essentiel que le marchand soit au moins raisonnablement honnête. Le client qu'il fait aujourd'hui est celui qu'il aura demain. La grande partie de sa clientèle est permanente et non passagère. Des pratiques qui ne sont pas parfaitement honnêtes, quelles qu'elles soient, peuvent rapporter des bénéfices dans les grandes villes et dans certaines conditions, mais auraient sûrement un résultat fatal pour la réussite du marchand local. Le marchand entre en contact direct avec la plupart de ses clients. Il les connaît, tant en relations sociales qu'en relations d'affaires. Sa personnalité compte tout autant que son magasin. Il fait donc partie lui-même des marchandises qu'il vend, et il doit se tenir ainsi que ses marchandises, en bonnes conditions.

Le succès dans un commerce local est basé sur les principes fondamentaux de l'honnêteté. Le marchand qui réussit, donne valeur pour valeur, c'est-à-dire qu'il vend quelque chose qui a plus de valeur aux yeux de quelqu'un qu'à ses propres yeux et cela pour une rémunération raisonnable. Si un jeune garçon échangé avec profit un couteau de poche pour un cerf-volant, il vend, en réalité un couteau de poche qui a

plus de valeur pour le propriétaire du cerf-volant que pour lui-même, et le cerf-volant a plus de valeur pour lui que pour l'autre jeune garçon. Le commerce est un troc équitable, chaque partie y gagnant, chaque partie recevant ce qu'elle demande en échange de quelque chose dont elle n'a pas besoin. Le succès dans un magasin local ne consiste pas à prendre avantage sur l'autre personne qui fait le marché, mais consiste à faire un échange mutuel. Le jeune homme qui trompe les autres chaque fois qu'il fait des affaires avec eux ne sera pas un marchand prospère: il peut obtenir du succès quelque part, parce qu'on ne peut pas mettre en doute que les pratiques peu honnêtes rapportent quelques fois des bénéfices et produisent, pour ceux qui savent s'en servir, le succès financier; mais remarquez bien une chose, ces pratiques n'amènent que le succès financier, car aucun succès autre que celui basé sur l'honnêteté n'est réel. L'homme qui remporte tous les succès financiers du monde, s'il ne le fait pas honnêtement, a la quantité, mais non la qualité du succès et, quand il se rendra compte de la condition dans laquelle il se trouve, il portera envie au cirreur de chaussures qui gagne sa vie honnêtement.

Dans cet article, toutefois, j'essaie de citer au lecteur des faits qui servent à conduire un commerce et une profession et je parle de ces faits sans mettre de gants. Je ne me propose pas de nier que la malhonnêteté, pourvu qu'elle se tienne dans les limites de la loi, obtient souvent un succès financier, mais la malhonnêteté n'a jamais donné la prospérité à un homme; car bien qu'il puisse compter sa richesse par millions, il n'est pas digne du nom d'homme, s'il n'a pas obtenu honnêtement ce qu'il possède.

Le marchand prospère est le développement du jeune homme qui a des aptitudes naturelles pour le commerce. Ce jeune homme attribue instinctivement de la valeur à tout ce qu'il a et, quand il entre en possession d'une chose qu'il ne désire pas particulièrement, il cherche une occasion de s'en débarrasser légitimement. Il fait continuellement des transactions et il est satisfait d'un profit raisonnable. Il évalue instinctivement toutes les choses, c'est-à-dire qu'il semble avoir fixé de lui-même une valeur sur presque toutes les choses qu'il voit. Si beaucoup de marchands prospères n'ont pas exhibé ces caractéristiques étant enfants, il est probable qu'ils ont montré une préférence distincte pour la tenue d'un magasin quand ils ont quitté l'école et qu'ils étaient prêts à travailler. Si un jeune homme montre de l'instinct commercial plus que tout autre chose, on devrait lui donner l'occasion de deve-