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	PAR AN.
	CANADA ET ETATS-UNIS - 2.00	
	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 arriérés 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.

APRES LES FETES

L'activité dans le commerce de détail est calmée, maintenant que les fêtes sont passées. Il faut désormais songer à attirer la clientèle autrement que par les moyens habituellement employés.

En temps de morte-saison il faut s'ingénier à ramener au magasin les clients qui s'en éloignent; il faut leur offrir des tentations d'y revenir et c'est à quoi s'appliquent des commerçants à qui pèse l'inactivité.

Les grands magasins, les magasins à départements peuvent servir d'exemple aux magasins généraux de la campagne.

Que font ces grands magasins pendant les mois d'accalmie des affaires? Ils offrent des occasions sans cesse renouvelées; tantôt c'est un article qu'ils offrent à prix très réduit, tantôt c'en est un autre qu'ils affichent à un prix au-dessous ou très rapproché du prix coûtant. Grâce à une réclame habile, ils font savoir au public que telle ou telle marchandise est vendue à un prix de rabais sur le prix régulier et attirent ainsi nombre d'acheteurs.

La foule attire la foule et la masse des acheteurs ne s'en tient pas uniquement aux articles annoncés au rabais; il se fait de nombreuses ventes d'articles dont les prix laissent de jolis profits. C'est ainsi que ces magasins dans la mauvaise saison des affaires font généralement plus que payer leurs frais généraux.

Beaucoup de gens s'imaginent à certaines époques n'avoir besoin de rien et ne fréquentent pas les magasins. Trouvez le moyen de les y attirer en leur offrant des occasions et ces mêmes personnes seront elles-mêmes surprises en sortant de voir combien de choses leur manquaient avant d'être entrées.

Attirez donc la clientèle et vous aurez ensuite peu d'efforts à faire pour la convaincre d'acheter.

L'INVENTAIRE

Pour la grande majorité des commerçants le moment est arrivé de connaître les résultats du travail de l'année: les profits ou les pertes.

Nos lecteurs savent que la tendance à limiter les crédits et les termes de paiements est de plus en plus forte dans le commerce de gros.

Nous avons eu plusieurs années de véritable prospérité; tous les marchands n'ont pas su en profiter comme ils auraient pu le faire. Des faits récents ont démontré qu'une mauvaise saison avait suffi pour mener à la faillite des maisons établies depuis plusieurs années et qui, par la force même des choses, auraient dû être en mesure de faire face à une situation à laquelle tout commerçant doit s'attendre.

C'est, en effet, manquer de prévoyance que de s'imaginer qu'en temps de prospérité on peut acheter sans compter ou dépenser en faux frais tous les bénéfices réalisés ou à réaliser.

Les fournisseurs avant d'accorder à ceux qui le leur demandent le crédit dont ils ont besoin cherchent à se rendre compte de la situation de leurs clients et leur demandent un état de leurs affaires. Si cet état est satisfaisant, les maisons de gros accordent facilement le crédit raisonnable auquel leurs clients peuvent prétendre.

Dans le commerce, il existe peu ou pas de maisons qui n'aient recours au crédit. De plus, les détailliers accordent eux-mêmes plus ou moins de crédit à leurs propres clients et beaucoup négligent de collecter leurs comptes tant qu'ils n'y sont pas obligés par les circonstances.

De ce fait naissent souvent des complications que ne connaissent pas les marchands qui se tiennent sans cesse au courant de leur propre situation commerciale.

Il est donc bon, il est même nécessaire que tout marchand sache au

moins tous les ans ce qu'il possède réellement, ce qu'il doit à ses créanciers et ce qu'il a à recevoir de ses propres débiteurs. En un mot, il doit faire au moins par an un inventaire sérieux et sincère de ses biens.

Les créanciers, s'il est en retard dans ses paiements, ou s'il a besoin d'étendre son crédit, lui demanderont certainement un état de ses affaires. Il doit être prêt à fournir à toute réquisition les chiffres de son dernier inventaire; aussi n'aurait-il que cette unique raison de faire chaque année un inventaire, il ne devrait jamais y manquer.

ALIMENTS FALSIFIES

Condamnations

Deux épiciers de la rue Yonge à Toronto viennent d'être condamnés chacun à \$25 d'amende et les frais pour avoir vendu des confitures frelatées. M. Alexander MacGregor a comparu pour le Département du Revenu de l'Intérieur et a exhibé un rapport de l'analyste indiquant que la confiture de prunes "New Era" vendue par ces deux épiciers contenait moitié de glucose et de teinture, ainsi que de l'acide salicylique. L'analyste déclarait que ce mélange était "possiblement nuisible" à la santé du consommateur.

Les défenseurs ont décliné toute responsabilité déclarant qu'ils n'avaient pas préparé eux-mêmes la confiture mais l'avaient achetée dans le commerce de gros.

On voit que le Ministre du Revenu de l'Intérieur ne s'en tient pas seulement aux paroles et qu'il fait et fera poursuivre, comme il l'a déclaré récemment, ceux qui vendent des produits falsifiés, adulterés ou impropres à la consommation.

Malheureusement, les condamnés ne sont pas les véritables coupables; c'est l'auteur de la falsification qu'il faut