

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publication des marchands détaillants
du Canada, Limitée,

Téléphone Est 1184 et Est 1185.

Bureau de Montréal: 80 rue Saint-Denis.

MONTREAL.

ABONNEMENT { Montréal et Banlieue . . \$3.00
Canada \$2.50
Etats-Unis \$3.00
Union postale, frs 20.00 } PAR AN.

Circulation fusionnée

LE PRIX COURANT
Le Journal des Marchands détaillants
Liqueurs et Tabacs
Tissus et Nouveautés

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année.
A moins d'avis contraire par écrit, adressé directement à nos bureaux, quinze jours au moins avant la date d'expiration l'abonnement est continué de plein droit.

Toute année commencée est due en entier.

L'abonnement ne cesse pas tant que les arrérages ne sont pas payés.

Tout chèque pour paiement d'abonnement doit être fait payable au pair à Montréal.

Chèques, mandats, bons de Poste doivent être faits payables à l'ordre du Prix Courant.

Prière d'adresser les lettres, etc., simplement comme suit: "LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887

LE PRIX COURANT, vendredi, 16 août 1918

Vol. XXXI—No 33

L'Evolution de la Mentalité du Marchand

La mentalité du marchand a subi une évolution notable du fait des nouvelles conditions apportées dans le commerce par l'état de guerre dans lequel se trouve notre pays.

Avant 1914, le commerce de détail n'obéissait qu'à de rares réglementations, il n'était soumis qu'à des mesures très élastiques qui n'entravaient en rien sa marche d'un côté ou d'un autre; le marchand jouissait d'une individualité beaucoup plus marquée en ce sens qu'il choisissait lui-même sa ligne de conduite, nulle obligation ne venant lui en imposer une. Les conditions de la guerre ont complètement changé cette situation. La coopération du marchand à l'accomplissement de la tâche nationale est requise par des lois qui restreignent sa volonté et le forcent à agir en conformité avec les besoins et nécessités actuelles du pays. Il n'a plus le droit, par exemple, de vendre certains produits comme la farine, le sucre, la crème à la glace, qu'en se soumettant aux exigences de la loi régissant la vente de ces articles.

Bien plus, il ne peut faire affaires dans les lignes alimentaires sans s'être au préalable muni d'une licence qui le place sous le contrôle direct d'autorités chargées de veiller à ce que le commerce canadien fournisse sa part de sacrifice pour aider à la cause des alliés.

Autrefois, le commerçant ne tenait que peu ou pas de comptabilité; il ignorait le plus souvent son chiffre d'affaires exact, ne se souciait guère de savoir quelle était la quantité de stock en son magasin, ni quel était le chiffre mensuel de ses ventes. Aujourd'hui, la loi l'oblige à fournir aux représentants du gouvernement nantis des pouvoirs voulus, tous les renseignements demandés, en aucun temps, et cette obligation latente l'oblige à mettre un peu d'ordre dans ses affaires, à reviser l'échelle de ses prix de vente, à tenir une comptabilité simple et claire et à s'occuper sérieusement des existences de marchandises en son arrière-boutique ou en son sous-sol.

L'augmentation des prix de la plupart des articles de ferronnerie ou d'épicerie a nécessité son attention immédiat. Ayant plus cher dans ses achats, il doit faire payer plus cher dans ses ventes. Chose malaisée, car le public ne voit pas toujours de suite le pourquoi d'une augmentation et s'en prend souvent au marchand qu'il a tout fait de traiter d'exploiteur et de profiteur chonte. Il s'ensuit que le marchand qui, dans la généralité avait autrefois une profonde répulsion pour l'étude et la lecture, s'est vu dans l'obligation de s'armer de connaissances nouvelles pour éviter les pénalités d'une contravention à la loi et pour renseigner sa clientèle sur les raisons des hausses successives qu'il a été obligé de lui imposer.

Les renseignements des différents marchés lui sont devenus absolument nécessaires. Lui qui se souciait fort peu jadis, de savoir d'où venaient ses produits, par quelles phases de préparation ou de fabrication ils passaient avant d'arriver entre ses mains, se trouve forcé aujourd'hui, par les circonstances mêmes, de suivre les différentes étapes de production des articles qu'il vend, depuis leur sortie de la terre jusqu'à leur consommation.

Il ne peut discuter et motiver les augmentations de prix sans ces informations, et comme la réputation de son magasin dépend de ces explications, il importe qu'il soit en mesure de les fournir.

Si l'on considère attentivement tous ces changements on peut en conclure que l'influence qu'a eue la guerre sur la mentalité du marchand a eu un effet heureux en ce sens qu'elle l'a forcé à réfléchir, à se renseigner, à apporter plus de soin au calcul de ses profits, à supprimer les dépenses inutiles, à s'imprégner de l'esprit national, à mieux connaître ses affaires et en un mot à conduire son commerce sur une base d'intelligence au lieu de le laisser fonctionner de lui-même comme une simple machine.

BLACK
WATCH

TABAC NOIR A CHIQUER, (EN PALETTES)

Black Watch

IL SE VEND FACILEMENT ET RAPPORTE DE BONS PROFITS

BLACK
WATCH