

### Initiation technique

On admettra également sans conteste, quoique l'on en ait dit, la nécessité d'une initiation technique qui soit une application des sciences théoriques et des facultés générales aux exigences professionnelles qui prépare le futur commerçant et transforme l'élève en un stagiaire postulant; telle est la portée de nos écoles supérieures de commerce; ces institutions ont aujourd'hui si vaillamment prouvé leur utilité qu'elles sont les pépinières auxquelles se renouvellent les sociétés et les particuliers. Ces conditions une fois réunies, culture générale et initiative professionnelle, force nous est de constater qu'il y a des compléments impérieux et des perfectionnements nécessaires: ni les uns ni les autres ne peuvent être donnés par les institutions établies quels que soient l'intelligence et le dévouement de leurs administrateurs; ce programme se résume en une seule formule simple et concrète: la leçon de la chose vécue. Ce serait une erreur de penser que cette leçon dispense des autres: bien au contraire, on ne saurait trop le répéter à ceux qui ont une hâte imprudente d'atteindre directement le but, la chose vécue ne profite qu'à la condition expresse d'avoir été préparé à la vivre; une éducation commerciale digne de ce nom doit procéder d'une forte éducation intellectuelle, morale et professionnelle.

### L'INTERMEDIAIRE ET LE COUT DE LA VIE

Le coût de la vie ayant atteint un niveau très élevé qui ne peut guère être dépassé, par suite de l'augmentation des loyers, du coût de la main-d'oeuvre et de la distribution des aliments, on se demande quels sont les moyens à prendre pour le faire baisser raisonnablement. Dans ce but un commerçant avisé a fait certains essais au point de vue du coût de la distribution, et nous croyons intéresser les lecteurs du "Prix Courant" en leur faisant connaître le résultat de ses expériences.

Ce commerçant ne croit pas qu'il soit possible de se dispenser de l'intermédiaire, d'éliminer le marchand en gros ou à commission.

Il a essayé d'obtenir des fraises directement du cultivateur. Ces fruits lui furent expédiés par bateau, mais il se trouva que ce bateau devait subir de temps en temps un retard de quelques heures. En conséquence il n'avait pas de fraises à vendre certains matins. Il lui fallait donc retourner auprès des marchands à commission qui en possédaient toujours un approvisionnement, afin de pouvoir, en tout temps, faire face à la demande.

Il a aussi tenté de se faire envoyer des pommes par les propriétaires de vergers, mais cet essai ne lui a pas donné de meilleur résultat: ses clients ne lui achètent que des pommes d'une certaine dimension, c'est-à-dire ce qu'il y a de mieux, et il ne peut écouler les autres. Mais les marchands à commission sont des acheteurs pour tous les genres de pommes et sont en état de fournir aux marchands au détail les fruits dont ils ont besoin: c'est leur métier et leur raison d'être.

Notre commerçant ne croit pas non plus que le système de commandes et d'expéditions par la poste puisse remplacer l'ancien mode de distribution, attendu que le prix des produits ainsi expédiés est à peu près le même que celui auquel les marchands au détail les vendent en ville. Il n'en est pas de même, il est vrai, pour les endroits plus ou moins éloignés des villes, mais les maisons qui exécutent les commandes par la poste ne peuvent jamais fournir certains articles à la satisfaction du client.

Il est possible d'acheter certains articles directe-

ment chez les producteurs. Ainsi le commerçant en question importe son café de Sumatra et il n'a que les frais additionnels du transport à payer. Naturellement tous les marchands au détail ne peuvent l'imiter en cela, car son commerce de café sort tout à fait de l'ordinaire, quant à la quantité.

Il y a une trentaine d'années, ajoute-t-il, les clients allaient au magasin avec leurs paniers et emportaient eux-mêmes une grande partie des articles qu'ils achetaient. Cela est passé de mode aujourd'hui. Le téléphone a augmenté considérablement les frais du petit marchand au détail: il est si facile de donner une commande par téléphone qu'on en abuse pour se faire apparter des articles d'une valeur insignifiante. On ne voudrait pas se donner la peine d'aller les chercher, mais le marchand doit payer un commis pour les livrer, sous peine de perdre des clients.

En fait le coût d'un grand nombre d'articles a diminué. Notre commerçant observateur qui tient une épicerie depuis quarante-six ans, se souvient que la farine de blé d'hiver se vendait de \$13 à \$14 le baril. Quant au sucre il coûtait environ 14 cents la livre, y compris l'eau qu'il contenait en grande quantité. Il y a quarante ans le meilleur thé "gunpowder" acheté à New York se vendait \$2.50 la livre et la qualité tout à fait inférieure, \$1. Aujourd'hui le thé égal à celui de \$2.50 d'alors, le meilleur que les épiciers puissent se procurer, se vend \$1 la livre, et l'on peut avoir d'assez bon thé pour 35 cents.

Il y a quarante ans une boîte de pêches de Baltimore en conserves se vendait 40 cents. Aujourd'hui il y a sur le marché d'aussi bonnes pêches à 18 cents. Le savon qui se vendait jadis \$4.50 la boîte ne coûte plus que \$2.85. Le prix des bougies et de l'amidon a aussi diminué.

Il y a, naturellement, des marchandises dont le prix a augmenté, à cause de la loi de l'offre et de la demande: les viandes et le poisson sont chers, ainsi que les produits de la laiterie; mais, en ce pays, un grand nombre de gens achètent des parties de boeuf, de veau, etc., auxquelles les Européens dont la situation correspond à la leur n'oseraient songer.

On peut acheter maintenant, à un prix moins élevé que jamais, un meilleur costume, et il en est de même pour une foule d'articles manufacturés, grâce aux nouvelles machines que l'on emploie et qui produisent à meilleur marché.

Bref, notre commerçant estime que les prix d'aujourd'hui sont raisonnables si l'on considère leur valeur intrinsèque, et que les distributeurs ou intermédiaires ont perfectionné leurs méthodes au grand avantage des consommateurs. Comme ces derniers se débarrassent de leurs approvisionnements plus rapidement que jadis leurs frais d'emmagasinage et les capitaux employés sont moins considérables. Fréquemment ils se contentent de petits bénéfices. Les facilités de transport les aident à écouler leurs stocks.

Les marchands au détail peuvent acheter plus souvent et par moindres quantités; mais, dans ce cas ils doivent payer plus de frais de transport aux marchands en gros, afin de recevoir leurs marchandises sans délai.

### LE TEMPS DES MOUCHES

Les marchands au détail ne devraient pas attendre jusqu'à ce que le moment de presse soit arrivé pour s'approvisionner de "Tanglefoot", le destructeur de mouches non vénéneux fabriqué par la "O. & W. Thum Co." Pour éviter des désappointements ils devraient envoyer leurs commandes sans délai.