



COMMENT LUTTER CONTRE L'ENNEMIE DU MARCHAND LOCAL LA VENTE PAR POSTE



M. le marchand, vous n'êtes pas sans savoir que votre plus dangereux concurrent n'est pas le magasin voisin du vôtre; que votre plus redoutable adversaire n'est pas le collègue local qui fait appel à la même clientèle que vous, mais que le commerçant qui vous cause le plus de tort est un être impersonnel situé à des milles et des milles de votre localité et qui sous la forme d'un catalogue alléchant cache la plus forte organisation dont le but est de détourner à son profit le commerce légitime qui vous revient de droit dans votre sphère locale.

Le catalogue de la maison vendant par poste et le colis postal qui en est l'instrument exécutif, voilà les deux grands ennemis de votre commerce de détail.

Il y a malheureusement bien des marchands qui semblent ignorer ce péril ou tout au moins qui ne veulent pas y croire malgré qu'on les ait mis en garde contre les ravages qu'il peut occasionner.

Le mal est pourtant facile à déterminer, il est tellement évident qu'on ne saurait en nier l'existence. Pour vous en rendre compte, il vous suffit de faire un tour dans votre ville et de vous enquérir chez vos amis des catalogues reçus. D'ailleurs avant même que vous ayez eu besoin de faire cette demande, vous verrez le plus souvent ces volumineux catalogues figurer sur les tables d'un appartement comme s'ils étaient l'objet d'une lecture journalière. Et de fait, on les consulte presque aussi assidûment qu'un roman captivant et c'est la source d'information à laquelle on puise fréquemment lorsqu'on a besoin d'acheter quelque chose. Vous ne le croyez pas, M. le Marchand? C'est que vous voulez fermer obstinément les yeux, de crainte de vous trouver en présence de cet obstacle et d'être obligé de faire un effort pour le combattre.

Allons! un peu de franchise vis-à-vis de nous-même! N'ayons pas peur de faire face à ce mal qui gangrène notre commerce local et n'hésitons pas à en vérifier les ravages pour mieux pouvoir en réduire les effets.

Les maisons vendant par catalogues et par correspondance sont fortement implantées dans notre province jusque dans les moindres villages. Elles sont connues dans les moindres petites places et leurs noms, même anglais, sont familiers à toutes les oreilles et à toutes les bouches. D'où vient cette popularité? Comment se peut-il qu'une telle renommée ait dépassé les limites des grandes villes et des provinces pour venir faire écho dans les demeures des villages les plus reculés? La chose est bien simple, c'est que notre population est mal informée en ce qui concerne ces maisons; c'est qu'elle s'est laissé prendre à l'idée que ces maisons ont essayé d'accréditer à coups de millions de dollars de publicité, qu'elles étaient supérieures à tout magasin au triple point de vue du service,

du prix et de la qualité. La plupart des gens de la campagne sont sous l'impression que ces grands magasins vendant par poste vendent à meilleur marché et donnent meilleur service. Qu'avez-vous fait jusqu'ici, M. le Marchand pour montrer à votre clientèle qu'il est loin d'en être toujours ainsi? Avez-vous fait quelque chose d'efficace pour établir la contrepartie de ces prétentions et pour faire comprendre aux gens de chez vous tous les avantages des achats faits aux magasins de la commune?

Il est temps qu'un grand réveil commercial vienne animer le commerce de détail, et qu'une campagne active soit entreprise pour enrayer le dangereux assaut des affaires par correspondance et en arrêter l'alarmante offensive.

De quelle manière vous y prendrez-vous? Chaque cas particulier a sa méthode combative, chaque commerce a les armes spéciales qu'il convient pour vaincre cet assaillant. Écrivez-nous, en nous disant quel genre de commerce vous exploitez, quels articles plus particulièrement ont fait l'objet de la concurrence des maisons vendant par catalogue et quels clients elles atteignent. Donnez-nous ces renseignements qui sont propres à votre entreprise commerciale et nous vous aiderons à faire la lutte en vous indiquant les moyens à prendre pour déjouer les manœuvres de ces ennemis redoutables qui vous subtilisent chaque année un gros chiffre d'affaires.

COMBIEN DE TEMPS LES LEGUMES EN BOITES PEUVENT-ILS SE CONSERVER?

M. D. Cameron & Co., marchands généraux, de Providence Bay, Ont., ont actuellement en stock quelques boîtes de pois étiquetées comme suit: "Sweet Wrinkle Peas", "Niagara Brand", mises en boîtes par la "Niagara District Fruit Preserving Co. Ltd., St. Catharines, Ont., Canada." Ces marchandises avaient été évidemment égarées et ont été retrouvées au bout de 24 ans. Aux yeux de tous leur aspect extérieur est juste tout aussi bon qu'il l'était, il y a 24 ans.

La Niagara District Fruit Preserving Co. Ltd., fut fondée en 1891 par feu James B. Dolan avec E. C. Kidder comme opérateur.

Cette fabrique continua à fonctionner sous le nom précité pendant environ six ans, après quoi elle fut achetée par feu William P. Innes, Esq., qui la dirigea pendant quelques années avant de se fusionner avec la Canadian Cannery Limited en 1903. Elle est connue aujourd'hui comme l'usine No 18 de la Dominion Cannery Limited et elle est gérée par un fils de M. E. C. Kidder qui est maintenant surintendant de la Dominion Cannery Limited pour la péninsule de Niagara Falls.