

ment, ensuite chez l'ablette, le saumon, le goujon; semi-fluide chez le brochet, la carpe, le gardon; consistante chez le barbeau.

M. Payen a encore déterminé, dans plusieurs espèces d'eau douce, les quantités proportionnelles d'azote et de carbone. Ces qualités sont à peu près semblables à celles que fournit la viande de boeuf, chez le brochet et la carpe. L'azote est en proportion un peu moins forte chez le saumon, le goujon, l'ablette, l'anguille; beaucoup plus faible chez le barbeau.

Le poisson est, après les légumineuses, le lait et les dérivés, l'aliment le plus économique et le plus substantif.

D'après ces données, on peut concevoir une idée assez exacte de la valeur alimentaire de nos principales espèces de poissons fluviatiles.

("Moniteur de l'Alimentation", Bruxelles.)

LE SALAIRE DU DETAILLANT

Nous avons traité ici, à plusieurs reprises, de l'importance du maintien des prix sur les articles portant une marque de commerce. Nous croyons qu'il est de l'intérêt de tous les détaillants que nous revenions sur ce sujet, afin de leur en bien faire comprendre toute la valeur.

Tout d'abord, on reconnaîtra qu'il est absolument nécessaire que ceux qui ont pris sur eux de distribuer les produits de toutes provenances s'assurent un salaire qui leur permette de vivre. Par cela, nous n'entendons pas qu'ils faussent la doctrine au point d'amplifier ou de renchérir d'une manière déraisonnable sur toutes choses.

Nos détaillants ne sont ni des économistes ni des sujets ayant suivi les cours classiques. C'est pourquoi la plupart d'entre eux interprètent faussement la doctrine qui leur enseigne à s'assurer un profit suffisant pour vivre. Ils vont jusqu'à l'extrême en ajoutant du cent pour cent ou davantage sur certains articles, croyant qu'ils réaliseront à la fin de l'année une plus grosse somme de profits par cette méthode que par d'autres moins arbitraires, mais qui leur donneraient réellement plus d'affaires à une moyenne de profit couvrant les dépenses et leur laissant encore le meilleur revenu possible.

Instinctivement, certains marchands peuvent déterminer approximativement la proportion de profit de chaque catégorie d'articles qu'ils tiennent, tandis que d'autres conduisent leur commerce à la ruine par l'un des deux extrêmes; les uns fixant une marge de profit telle qu'ils chassent leur clientèle chez les concurrents, les autres essayant de faire une lutte insensée en adoptant le système de prix réduits pratiqué par leurs plus grands adversaires.

Nous ne pouvons nous empêcher de dire que le champ de détail est entaché de gaspillage. Dans certains cas, le détaillant reçoit un article qu'il passe au consommateur, dans le même état où il l'a reçu, et ajoute tout bonnement cent pour cent au prix d'achat. Il n'a pas modifié l'article en aucune façon, et, par conséquent, ne l'a pas amélioré; néanmoins, il double le prix d'achat, en plus des frais de fabrication, du profit du fabricant, du profit du marchand de gros, du coût de transport.

Nous ne pouvons pas blâmer le détaillant, car, en ce temps de notre civilisation, il est encore et pour longtemps, le meilleur canal de distribution de par le monde, le moyen le moins dispendieux d'atteindre le public. Néanmoins, nos politiciens et législateurs croient que le renchérissement de la vie est un crime outrageant, et, naturellement, on crie qu'il y a trop de détaillants, qu'ils sont un fardeau pour le peuple, etc., et il y a suffisamment de vrai pour rendre l'argument plausible. Il n'y a pas de doute que nous pourrions créer un système de distribution plus effectif que celui ac-

tuel sans entraver la liberté et la facilité du public à se procurer ce dont il a besoin. Mais, d'un autre côté, la solution du problème n'est pas là où un bon nombre la croient être, c'est-à-dire dans le système de magasins à rayons et des coopératives avec leur prétention d'abaisser les prix. Cela ne tendrait qu'à monopoliser le commerce en détail.

Il s'agirait d'abord de reconnaître et d'admettre que la situation a besoin d'être améliorée dans le sens de l'efficacité, et de voir à ce que le petit détaillant ait les moyens de faire concurrence à ses grands adversaires. Nous croyons aussi qu'il serait opportun de s'enquérir si les magasins à rayons et les maisons faisant affaires, par la poste, méritent bien la vogue dont ils jouissent, ou s'ils n'obtiennent pas plutôt cette vogue, cette faveur populaire au moyen de pratiques trompeuses. Est-on sûr que le petit détaillant n'est pas plutôt en butte à un handicap artificiel, sous la forme d'une réduction factice des prix?

Il semble que dans ce cas comme dans les autres, la loi naturelle de la survivance devrait être mise en action, et que l'on devrait voir à conserver tout ce qui est vraiment d'utilité publique et éliminer ce qui ne l'est pas.

En attendant, il faut faire tout ce qui est possible dans le sens technique, surtout pour ce qui concerne le système en usage pour déterminer le prix coûtant parmi les détaillants.

Actuellement, il en coûte deux fois plus pour distribuer un article que pour le produire. Et si nous voulons descendre à la base, au principe du surenchérissement de la vie, nous devons étudier le système de distribution, trouver les circonstances où il y a gaspillage, et enseigner aux détaillants les moyens de les prévenir, afin qu'ils puissent faire cette distribution au public à meilleur marché que qui que ce soit, tout en se faisant un salaire convenable.

Il importe que tous les intéressés s'entendent pour travailler intelligemment à améliorer les méthodes du commerce de détail, par conséquent à l'amélioration, à l'avancement de la production et du commerce de gros, lesquels comptent sur le détail pour la distribution de leurs marchandises, et, par conséquent, pour l'amélioration du sort des ouvriers de leurs manufactures.

LES AFFAIRES AU COMPTANT

La question des affaires au comptant en est une qui tient au cœur de tous les commerçants. C'est un sujet qui, considéré attentivement, permettrait de surmonter la plupart des obstacles qui obstruent la route des marchands. Tout le monde sait qu'à distance, on est toujours mieux placé que trop près pour bien apprécier une chose.

On a même dit que la distance donne un certain enchantement au paysage. Nous sommes donc mieux placés pour juger, que la plupart de ceux engagés activement dans le tourbillon.

Les marchands détaillants, les distributeurs, veulent-ils rester porteurs d'eau toute leur vie?

Les statistiques établissent que cinq pour cent seulement de ceux qui se mettent en affaires, réussissent. Et par là, on entend ceux qui amassent plus d'argent qu'il n'en faut pour vivre à son aise. Soyons un peu moins sévère, et disons que la moyenne est de dix pour cent. Que deviennent les 90 autres? Ils faillissent. De ce nombre, 20 au moins faillissent à cause de leurs extravagances.

Aussitôt qu'ils voient l'argent entrer librement dans la caisse et qu'ils ont un compte à la banque dépassant les besoins présents, leur première préoccupation, même si pour cela ils doivent hypothéquer leur maison, est de se procurer un automobile.

Et lorsqu'un commerçant commence à rouler automobi-