

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS:

La Compagnie de Publications des Marchands Détaillants du
Canada, Limitée,

80 rue St-Denis, - - - MONTREAL.

Téléphone Bell Est 1185-1186.

Montréal et Banlieue, \$2.50

ABONNEMENT Canada et Etats-Unis, 2.00 PAR AN.

Union Postale, - Frs. 20.00

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année.

A moins d'avis contraire par écrit adressé directement
à nos bureaux, 15 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 de "Le Prix Courant".

Prière d'adresser les lettres, etc., simplement comme suit:

"LE PRIX COURANT" Montréal.

ASSOCIATION DES EPICIERIS DE MONTREAL

L'Association des Epicieris, Section de l'Association des Marchands Détaillants du Canada, a tenu mercredi soir une importante assemblée dans ses salles ordinaires. Nous y avons remarqué: MM. J. A. Doré, J. D. Boileau, J. I. Lussier, A. Sarrazin, J. Denault, P. Filion, P. St-Pierre, A. Landreville, T. Brunet, O. Fournier, E. Painchaud, E. H. Montpetit, P. Horan, A. Dubuc, A. Gougeon, A. P. Fontaine, R. Normandin, J. Robert, L. O. Perrier.

La question du colportage a fait le sujet d'une assez longue discussion; la plupart des Epicieris trouvent que le règlement concernant les colporteurs est mal ou point du tout observé.

On sait qu'il y a quelques mois le Conseil de Ville adoptait un règlement défendant, sous peine d'amende, aux vendeurs de fruits ou de légumes, d'annoncer à haute voix—à grands cris—plutôt, leurs marchandises incomparables. Or, la défense a produit ce curieux effet: la voix des camelots est devenue plus claquante. Ce sont les epicieris qui le disent et ce sont aussi les citoyens qui en souffrent.

L'Association des Epicieris a résolu, hier soir, de faire un appel suprême à la police qui, jusqu'aujourd'hui, connaissant les règlements, laissait hurler dans la rue que les bananes, les patates et les choux se vendent pour rien. Si la police n'agit pas, les epicieris prendront l'initiative.

L'Association des Epicieris a également adopté une résolution dont nous donnons ici le texte:—Que cette assemblée est d'opinion qu'il est d'un intérêt majeur, pour les Canadiens-Français faisant le commerce d'épicerie dans la Ville de Montréal, d'entretenir de bonnes relations avec toutes les institutions com-

merciales: banques, assurances, manufactures, maisons de gros, etc., de quelque nationalité qu'elles puissent être."

L'élection des Officiers pour le prochain exercice a donné les résultats suivants:

M. J. D. Boileau, Président.

M. J. I. Lussier, 1er Vice-Président

M. P. Filion, 2ième Vice-Président

M. J. A. Doré, Trésorier.

M. O. Fournier, Secrétaire

Les rapports des Officiers sortant de charge ont été acceptés et des remerciements ont été votés à ceux qui les ont présentés.

Nous publierons dans notre prochain numéro les portraits des officiers nouvellement élus.

LE MARCHAND ET SES PROFITS

Le marchand de détail se plaint de ne pas faire de profits, de vendre des marchandises au prix coûtant et même à perte.

A qui la faute?

A lui et pas à d'autres.

Le plus curieux est qu'il se plaint, quand il fait tout ce qu'il faut pour se débarrasser de ses marchandises à des prix qu'il fixe lui-même de manière à ne rien gagner. Il semblerait que ses marchandises lui pèsent et que ni son temps ni son travail n'ont aucune valeur.

Prenons l'épicier par exemple, qui passe à juste titre pour le plus beau gâcheur de prix qui existe sous la calotte des cieux. Il voudrait passer pour un philanthrope entièrement désintéressé des biens de ce monde qu'il n'agirait pas mieux. On pourrait dresser une longue liste d'articles qu'il achète à \$1.00 la douzaine et qu'il vend à 10 centins la pièce et même à 25c. les trois.

Où, à 25c. les trois, soit à \$1.00 la

doz. Il est vrai qu'il peut avoir 1 ou 2 p. c. d'escompte et qu'il vend ainsi \$1.00 ce qui lui coûte 98 ou 99 centins.

Quel habile commerçant !

Nous posons en fait qu'à Montréal, un épiciers qui livre les marchandises à sa clientèle avec cheval et voiture n'a pas moins de 20 p. c. de frais généraux. Ce qui veut dire qu'avant de mettre un sou de côté, le marchand qui a 20 p. c. de frais généraux sur son chiffre d'affaires total, devrait ajouter 25 p. c. au prix de coût de toutes ses marchandises. Son bénéfice ne se composera que de tout ce qu'il pourra ajouter à ces 25 p. c.

Dans la pratique on ne peut pas ajouter 25 p. c. à tous les articles—à cause du voisin—mais cela ne veut pas dire que le voisin se montre bien commerçant en vendant à un prix moindre que celui qui lui permettrait de se payer de ses frais généraux et de son travail.

Le voisin est un gâcheur, c'est vrai, mais pour quoi l'imiter et surtout pour quoi renchérir encore sur lui, comme gâche, en vendant au-dessous de lui ? C'est de la folie, ni plus ni moins.

Dans ces conditions, il n'y a pas de raison de s'arrêter.

Si c'est là de la concurrence, on peut dire que c'est "la concurrence à la ruine."

Il y a des marchands qui feraient bien mieux d'aller planter des patates ou des choux que de tenir un magasin; ils n'ont pas plus le sens des affaires que le cheval qu'ils ont dans l'écurie.

Un manufacturier faisait cette remarque au sujet des profits sur les marchandises de marque: "Pourquoi les manufacturiers abandonneraient-ils une plus grande partie de leurs profits aux détailliers puisque ceux-ci ne prennent même pas ceux que nous leur laissons et vendent une infinité de marchandises à perte, de leur plein gré, de leur pleine volonté ?