

LE PRIX COURANT

Revue Hebdomadaire

COMMERCE, FINANCE, INDUSTRIE, PROPRIÉTÉ FONCIÈRE, ASSURANCE.

Publié par ALFRED et HENRI LIONAIS, éditeurs-propriétaires au No 25 rue St-Gabriel, Montréal, Téléphone Bell Main 2547, Boîte de Poste 917. Abonnement : Montréal et Banlieue, \$2.00; Canada et Etats-Unis, \$1.50; France et Union Postale, 15 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire au moins 15 jours avant l'expiration, et ne cessera que sur un avis par écrit adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toutes communications simplement comme suit : LE PRIX COURANT, MONTRÉAL, CAN.

VOL. XXX

VENDREDI, 14 DÉCEMBRE 1900

No 11

Aux Epiciers

A maintes reprises, nous avons, dans le corps de ce journal, fait un appel pressant aux membres des diverses associations des marchands d'apporter aux réunions et assemblées des organisations dont ils font partie le concours de leur présence, de leur parole et de leur vote. Il est une association que nous pouvons donner comme exemple aux autres, car ses membres comprennent leur devoir et le remplissent, ce qui est mieux encore.

Dans notre dernier numéro, nous avons donné le compte rendu de la nomination des officiers, pour l'année 1901, de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et Liqueurs et bien que la liste des membres présents que nous avons publiée ait été forcément incomplète, nos lecteurs ont pu se rendre compte qu'elle était déjà d'une bonne longueur.

Nous souhaiterions fort que, dans nos comptes rendus des assemblées de l'Association des Epiciers de Montréal, nous ayions, chaque mois, à enregistrer une longue liste des membres présents aux réunions. Ce fait dénoterait que l'Association est vigoureuse, vivace et active.

Malheureusement les membres de l'Association des Epiciers ne se rendent pas très volontiers aux assemblées mensuelles. Il faut pour les y attirer quelque événement peu ordinaire.

S'ils se sentent menacés par quelque mesure législative ou lésés dans leur intérêt corporatif, on les voit immédiatement faire preuve de vigueur, d'énergie, d'union et de cohésion.

C'est quelque chose, mais ce n'est pas assez. En dehors des questions menaçantes qui surgissent de temps à autre il en est qui, pour paraître secondaires n'en sont pas moins d'un intérêt très sérieux pour des commerçants.

C'est ce que comprend parfaitement bien le dévoué président de l'Association des Epiciers, M. N. Lapointe que nous avons eu l'honneur de rencontrer ces jours derniers et qui nous demandait de l'aider à réchauffer le zèle des membres de l'Association un peu refroidi par la température, sans doute, et aussi nous n'en doutons pas, par l'excès de travail occasionné par la perspective des fêtes et la fin de l'année.

Les membres de l'Association des Epiciers sont certainement très attachés à leur organisation; ils regretteraient, c'est certain, qu'elle vint à disparaître et s'en consoleraient difficilement. Ils font cependant comme s'ils s'en désintéressaient complètement. Ce n'est pas ainsi qu'ils donneront à leur Association une preuve de l'intérêt qu'ils lui portent. Ce n'est pas ainsi non plus qu'ils la feront puissante et prospère.

Qu'ils voient ce qui se passe à l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et Liqueurs où les réunions sont suivies, nombreuses, intéressantes et animées.

Il n'en tient qu'aux membres de l'Association des Epiciers que leurs assemblées soient, comme celles de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et Liqueurs, pleines

de résultats au point de vue de l'intérêt de la corporation.

Ce ne sont pas les questions à étudier et à régler qui manquent. Pour n'en citer que quelques-unes qui nous viennent au bout de la plume, il y a la question des magasins à départements, question d'actualité puisque nous avons la promesse qu'elle se représentera de nouveau à l'étude du Parlement provincial dans sa prochaine session; la question de la fermeture à bonne heure que ramènent sur le tapis les diverses associations de commis; la question d'entente sur les prix de vente de certains articles de plus en plus coupés par des confrères qui consomment leur propre ruine et causent un tort sérieux aux épiciers du voisinage; la question de vente des stocks de faillite en bloc, etc... etc... etc...

Il est à espérer que les fêtes terminées, les membres de l'Association des Epiciers n'auront aucune excuse pour ne pas accorder une soirée par mois à leurs collègues de l'association, afin d'étudier avec eux les remèdes à apporter aux maux qui affligent leur commerce ou le retardent dans son développement et ses progrès.

L'ARGENT DÉPENSÉ EN ANNONCES

Le premier argent dépensé en publicité pour annoncer un nouvel article, peut être figuré par un pilier sous l'eau, sur lequel un édifice sera construit. On ne voit pas ce pilier, mais il existe, et il est indispensable.