

Une étude de la situation montre que le public refuse d'acheter à hauts prix. Le public comme corps, d'après l'opinion des manufacturiers, n'est pas sur le marché et n'achètera pas aux prix actuels. D'un autre côté le peuple montre de l'inclination à acheter où il y a des baisses réelles.

Il est évident que si le marchand veut avoir un commerce en ordre, il doit vendre des chaussures. Cela ne lui donnera rien de calculer quelles chaussures il aura à vendre à meilleur marché le printemps prochain et qui lui rapporteront un profit raisonnable. Si les marchandises qu'il possède aujourd'hui sont encore sur les rayons en mars prochain, lorsque les chaussures du printemps arriveront il devra subir une plus grande perte que s'il les avait vendues à l'automne.

Lorsqu'il fut question de trouver une moyenne de baisse, la majeure partie des marchands qui fut interrogé fut unanime à constater que la perspective de pouvoir établir une moyenne de prix réduits, compliquait encore la situation. La répugnance qu'ont des marchands à accepter une perte les empêche de vider leur rayons. Ces marchands vont alors acheter le moins possible de marchandises du printemps, parce que en dépit de leur désir d'établir une moyenne de pertes, ils ne permettront pas à leur stock de devenir trop considérables. Ce fait seul réduira l'effet de la tentative d'établir une moyenne de baisse.

Le marchand alors qui désire établir une moyenne de baisse et qui, en même temps tient un stock réduit en limitant ses commandes du printemps, doit faire face à une situation impossible.

Au mois de mars, il vendra des chaussures qui lui auront possiblement coûté \$9.00, environ \$13.00. Il aura alors trois ou quatre fois autant de chaussures commandées il y a un an possiblement à \$12.90 qu'il devait vendre \$17.50. Quel chance le marchand aura-t-il de vendre l'automne prochain des chaussures du printemps pour \$13.00 en compétition avec de nouvelles marchandises pour le même prix? Et que gagne-t-il en attendant aussi longtemps? Il perd virtuellement l'intérêt de l'argent qu'il a placé dans les marchandises, n'aura rien gagné et il aura des marchandises dans ses rayons qui seront vieilles d'un an.

Un manufacturier d'expérience dans la vente au détail et dans la manufacture, a fait le calcul suivant:

Stock annuel, 2,000 paires; 500 paires coûtant en moyenne \$6.25; 500 paires coûtant en moyenne \$8.35; 700 paires coûtant \$11.75 et 300 paires coûtant une moyenne de \$13.00. Total de l'inventaire, \$19,425. Valeur de la vente, \$27,115.00. Profit brut, \$7,690.00.

Entre le premier novembre et le premier mars, d'après le mouvement actuel du marché, le marchand pourrait probablement disposer aux prix actuels, de 400 paires de chaussures ayant une valeur brute de \$5,400. Ses marchandises en main, le premier mars auraient alors une valeur de facture de \$15,825 et représenteraient 1,600 paires de chaussures vieilles d'un an en magasin. L'arrivée de

300 paires de chaussures du printemps de qualité égale et coûtant \$2,100 réduirait le coût moyen des chaussures en main de 27 sous la paire. Alors que la méthode de calcul est très simple. Elle démontre tout de même que l'idée d'établir une moyenne de baisse et de garder le vieux stock embarrassera le marchand pendant des années.

D'un autre côté, en faisant un peu de calcul, nous-mêmes, il nous paraît que ce marchand serait sage d'accepter maintenant une grande partie de sa perte. La dépression est générale et il semble que cet hiver, avant qu'il soit terminé verra un grand nombre de sans travail. Il y a plus d'argent de disponible pour les chaussures maintenant qu'il y en aura en février.

Si le marchand offrait tout son stock au prix du marché actuel, quel serait son sacrifice? Il vendrait probablement \$12.00 une chaussure qui lui coûte \$11.50. Cela pourrait en effet signifier une perte de \$1.50 par paire vendue, ou sur 1,000 paires, une perte de \$1,500.

Cette opération réduirait d'abord son stock et lui donnerait de l'argent comptant. Alors, au printemps, ses chaussures dans une seule saison, le ramènerait à l'état normal. Réellement, il semble que l'on ne peut apporter remède à l'état actuel de stagnation que par une telle démarche en bloc de la part du commerce de détail.

Si le public est fatigué de payer des hauts prix, s'il insiste pour obtenir des bas prix et garde son argent dans sa bourse tant qu'il ne voit pas le bas prix, vous ne pouvez vendre ces marchandises en faisant le profit de la dernière saison.

Si vous devez baisser vos prix, il semble que c'est une bonne affaire de les baisser promptement et de vous débarrasser de vos marchandises.

Nous croyons que chaque marchand devrait étudier sa propre situation. Si cela est nécessaire entrez dans les détails avec votre banquier. Tracez-vous alors une ligne de conduite et agissez promptement. Si vous croyez qu'il soit profitable d'essayer une grosse réduction pendant un mois, faites-le et n'hésitez pas à annoncer ce fait.

Par-dessus tout, nous suggérons que l'annonce de vos conditions soit honnête. Dites la vérité à votre clientèle et il n'est pas invraisemblable qu'elle achètera.

Cette année pendant le mois d'août, les Etats-Unis ont exporté au Canada des chaussures pour un montant de \$116,143. Il y avait 22,224 paires de chaussures de toutes sortes divisées comme suit: chaussure d'enfants, 755 paires; chaussures pour hommes, 4,512 paires; chaussures pour dames, 16,957 paires.

Grand magasin de campagne, établi depuis 1887, faisant au-delà de \$100,000.00 d'affaires par année, situé à 10 milles de Montréal, à vendre pour cause de santé. Stock et propriété valeur environ \$50,000. S'adresser au "Prix Courant".
