

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publication des marchands détaillants
du Canada, Limitée,

Téléphone Est 1184 et Est 1185.

MONTREAL.

Bureau de Montréal: 80 rue Saint-Denis.

ABONNEMENT { Montréal et Banlieue . . \$3.00
Canada \$2.50
Etats-Unis \$3.00 } PAR AN.
Union postale, frs 20.00

Circulation fusionnée { LE PRIX COURANT
Le Journal des Marchands détaillants
Liqueurs et Tabacs
Tissus et Nouveautés

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année.
A moins d'avis contraire par écrit, adressé directement
nos bureaux, quinze 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 du Prix Courant.
Prière d'adresser les lettres, etc., simplement comme suit
"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887

LE PRIX COURANT, vendredi 24 janvier 1919

Vol. XXXII—No 4

Quelques Principes d'Affaires qui nous sont Fournis par la Réussite Extra-Ordinaire de Robert H. Ingersoll

Il y a de cela trente-sept ans, le "Republican", un journal de Lansing, Michigan, publiait la note suivante dans ses "personnels":—

"Robert H. Ingersoll a quitté la ferme de son père à Delta Mills, avant-hier, à bord d'un train de bestiaux. Il part pour New-York tenter la fortune. Le jeune Ingersoll a juste dix-neuf ans. Mais c'est un entreprenant et nous comptons qu'il fera sa marque dans la grande ville."

La grande ville impressionna le jeune homme, elle ne l'effraya pas. Il chercha du travail et la journée même il en avait trouvé, dans une manufacture de timbres en caoutchouc dans le Broadway, où son frère, plus âgé que lui l'avait précédé à New-York.

Mais le frère aîné n'était pas assez entreprenant pour satisfaire les goûts du jeune Ingersoll et quelques mois plus tard ce dernier s'établissait lui-même comme manufacturier de timbres en caoutchouc. Comme il ne pouvait suffire à l'ouvrage, il fit venir du Michigan son frère plus jeune, Charles. Les affaires augmentaient graduellement mais les jeunes gens avaient une tâche devant eux. Charles se tenait à l'intérieur du magasin, faisant la marchandise, la vendant aux clients de passage, tenait les livres et faisait la correspondance.

Robert se tenait au dehors, faisait les ventes en gros et étudiait continuellement le marché pour de nouvelles entreprises. Il était convaincu qu'il y avait une grosse affaire à faire dans la fabrication de quelque objet qui pourrait lui faire un nom, pour lequel il y aurait une forte demande et que l'on pourrait offrir à un prix très bas.

Un prix spécial. — Il essaya de faire un camera à \$1., un clavigraph à \$1.00, une presse à imprimer à \$1.00 et un dynamo à \$1.00.

Dès cette époque, le pouvoir du mot dollar était la hantise de Robert H. Ingersoll; pour lui, c'était un fait que l'homme qui pourrait mettre sur le marché un objet à grande demande à un prix très bas ferait sa fortune.

Les affaires marchaient, mais l'argent aussi s'en allait. De fait, il avait un tel besoin d'argent pour étendre ses affaires, que le salaire de Charles ne put être payé pendant longtemps, il s'allouait juste de quoi vivre, et finalement Robert lui donna une part dans les affaires pour remplacer le salaire. Ainsi fut fondée la fameuse société sous le nom de "Robert H. Ingersoll and Bros."

Les magasins Ingersoll

C'était à l'époque où l'on se passionnait pour le bicyclette. Les frères Ingersoll ouvrirent une manufacture de bicyclettes et devinrent l'un des plus gros ateliers de "jobbers" du pays pour les pièces de bicyclettes et accessoires.

Ils se créèrent aussi des débouchés dans les articles de sport et ouvrirent six magasins de détail de marchandises de sport dans le quartier New-York. Ils firent ainsi un demi-million d'affaires par année.

Mais Robert n'était pas satisfait. Il devait vendre ses marchandises sur un prix qui devait répondre à la compétition seulement, il n'avait pas de réputation, pas de commandes régulières.

Son entreprise ne différait pas de centaines d'autres entreprises commerciales. Il voulait créer un article spécial auquel il puisse attacher son nom, qui soit d'une utilité générale et dont la demande soit permanente.

Un jour, dans un vieux magasin de bric-à-brac où il était allé pour vendre des marchandises, il trouva la plus petite horloge qu'il avait encore vue.



**BLACK
WATCH**

TABAC NOIR A CHIQUER, (EN PALETTES)

Black Watch

IL SE VEND FACILEMENT ET RAPPORTE DE BONS PROFITS



**BLACK
WATCH**