

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Du Commerce, de la Finance, de l'Industrie, de la Propriété foncière et des Assurances.

BUREAU: No 25, rue St-Gabriel, Montréal

ABONNEMENTS:

Montréal, un an.....\$2.00
Canada et Etats-Unis..... 1.50
France.....fr. 12.50

Publié par

H. & A. LIONAIS

Téléphone 2602.

MONTREAL, 18 AOUT 1893

AVIS

Les bureaux du "Prix Courant" ont été transportés au No. 25 rue St-Gabriel, Montréal.

La pesée du Fromage

Une polémique assez acérée s'est établie entre un fromager du comté de Huntingdon, écrivant dans le *Huntingdon Gleaner*, et un peseur de Montréal qui lui répond dans la *Gazette*, sur la manière de peser le fromage.

Le fromager se plaint que les meules de fromage étant pesées l'une après l'autre, on ne prend que le poids en livres complètes et qu'on laisse de côté toutes les fractions, fussent-elles de 15½ onces. Cette manière de peser est évidemment beaucoup plus expéditive que l'autre, mais, dit le fromager, elle explique aussi une partie de la différence que l'on constate entre la pesée à la fromagerie et celle qui est faite à la livraison à l'exportateur. Si, sur un lot de 200 meules, on laisse ainsi de côté une demi-livre par meule, voilà une différence de cent livres dans la pesée, soit une différence de \$9.50 dans le prix du lot. La perte réelle et naturelle de poids que subit le fromage en vieillissant est bien assez considérable, aux dépens des fromagers, pour qu'on ne leur rogne pas ainsi toutes les fractions. Supposons qu'une meule pèse 60 livres en sortant de la fromagerie et que, à la livraison, huit jours après, elle ne pèse plus que 59 livres et 15 onces, on ne créditera le fromager que de 59 lbs, et ainsi, tandis que la perte réelle de poids ne serait que d'une once, on lui fait perdre une livre.

Le peseur de Montréal répond que la différence de pesée provient surtout de ce que les balances de la fromagerie ne sont pas toujours justes et que le pesage ne s'y fait pas avec assez de soin. Quant à ajouter les fractions de livre, il dit que ce n'est pas dans l'usage du commerce.

Un exportateur qui prend aussi part à la discussion, établit que l'expéditeur de Montréal ne tient compte à son client de Liverpool, de Bristol ou de Londres, que des livres complètes et que, même avec l'avantage supposé que lui donne la pesée ici, il a souvent lui aussi à subir des réductions de poids. L'importateur anglais qui revend le fromage au détailleur fait la même

chose; chaque intermédiaire porte sa part de la perte et ni les uns ni les autres ne vont à la minutie de peser les meules à l'once, au drachme et au grain.

Ce dernier correspondant a une excellente idée que nous nous empressons d'appuyer, c'est de demander à la Chambre de Commerce d'établir à ce sujet un règlement uniforme de pesage, de tare et d'allouance pour diminution de poids, comme cela s'est pratiqué pour un bon nombre d'autres genres de marchandises.

Le correspondant de la *Gazette*, d'ailleurs, qui dit avoir été dans le commerce de fromage en Angleterre dit que l'usage du commerce est, non seulement de ne pas compter les fractions de livres mais d'allouer quelques chose encore pour la perte de poids:

Lorsqu'un marchand de gros, dit-il, vend cinq meules de fromage à un détailleur, sa facture doit être à peu près comme suit:

5 meules de fromage, 65, 67, 63, 64, 72, poids marqué, total 331 lbs.;
perte 5-5, 326 lbs. net:

326 lbs. ou
2 cwt. 3 quarts 18 lbs.
3 lbs. draft

2 3 15 net

A 48s par cwt., £6, 18s. 5d. stg.

On voit par là que le marchand le gros en Angleterre est obligé d'allouer la perte de poids depuis le temps où le fromage a été expédié jusqu'à la date de la vente: mais en sus de cela, il doit allouer au détailleur 1 lbs par quintal (cwt) ou partie de quintal excédant la moitié afin de favoriser le détailleur dans la coupe du fromage.

Si donc le fromage perd quelques livres sur la fabrication mensuelle, ce n'est pas l'exportateur de Montréal qui en profite, ni le marchand de gros en Angleterre et, en définitive, c'est un de ces usages du commerce auxquels on ne peut faire autrement que de se soumettre.

Le Canal Impérial en Chine est le plus long canal du monde et le plus important au point de vue du trafic. Il a 2,100 milles de long et il relie les unes aux autres 41 grandes villes commerciales. Il a fallu 600 ans pour le construire et il a été achevé en 1350.

TELEPHONE BELL No 6251

J. O. LABRECQUE, COUSINEAU & CIE

AGENTS, pour le célèbre Charbon SCRANTON Anthracite,

Livré dans toutes les parties de la Province en Chars ou en Barges.

83 RUE WOLFE - - - - MONTREAL

Le Magasin de Campagne

Dans la plupart de nos villages de la province de Québec, les marchands ont installé leurs magasins dans des bâtisses qui n'avaient point été construites pour cela et dont les aménagements subséquents n'ont pu entièrement faire disparaître ce vice de première destination. Là où l'on peut faire la comparaison, où il y a des magasins construits pour le commerce, dans les idées modernes, il est facile de constater que l'acheteur va plutôt au magasin dont la devanture déploie un assortiment choisi de ce qui se vend à l'intérieur; où il y a de la lumière pour pouvoir juger des marchandises; où chaque département est séparé, où tout est net, propre et agréable à l'œil.

Le marchand de la campagne est, le plus souvent, propriétaire de son magasin et l'on comprend que, s'il a commencé les affaires avec un capital restreint, il lui aurait fallu considérablement écorner ce capital pour se faire une installation complètement nouvelle dans un magasin neuf, bien aéré, bien éclairé, etc. Mais si cette dépense est reconnue comme devant fournir un des principaux éléments du succès, il faut considérer avec soin si elle ne vaut pas la peine qu'on s'y résigne. La question soumise aux principaux fournisseurs avec lesquels le marchand entend faire des affaires, recevra, nous n'en doutons pas, une réponse affirmative. En effet, la valeur de la bâtisse figure toujours dans le capital sur lequel le marchand demande l'ouverture du crédit et les fournisseurs seront beaucoup plus disposés à admettre à sa pleine valeur une construction neuve, bien aménagée, bien disposée pour sa destination, qui trouvera toujours, en cas d'insuccès commercial, un acheteur sur le marché et qui, sans aucun doute, aiderait à tirer un bon parti d'un stock de faillite.

Nous voyons des marchands se construire des résidences luxueuses, dont la vente ne pourrait se faire qu'à 50 p. c. ou même moins du coût primitif, tandis qu'ils laissent leur magasin dans un espèce de hangar. Cela nous semble tout à fait contre le bon sens et nous croyons que c'est le contraire qui devrait avoir lieu. Un marchand dont la résidence

sera modeste et le magasin bien aménagé, bien disposé, sera toujours le mieux vu de ses fournisseurs.

LA MER DE BEHRING

Le tribunal international d'arbitrage qui siègeait à Paris, vient de publier sa décision dans le différend survenu entre les Etats-Unis et l'Angleterre au sujet de la pêche du loup-marin dans la mer de Behring. Cette décision est conforme, sur tous les points de droit, aux prétentions de l'Angleterre, qui ne reconnaît pas aux Etats-Unis de droits territoriaux dans la mer de Behring. Mais elle établit, pour la protection des loups-marins, des règlements que devront observer les pêcheurs de toutes nationalités; ainsi la pêche sera fermée de mai à juillet; il sera défendu de se servir d'armes à feu, etc.

Cette dernière prohibition va rendre impossible, dit-on, la pêche en haute mer qui ne peut se faire qu'à coup de fusil.

Les Etats-Unis vont être obligés d'indemniser les pêcheurs de la Colombie Anglaise dont les navires ont été saisis et la pêche confisquée, ou qui ont dû s'abstenir d'armer pour la pêche pendant que durait l'arbitrage.

Les Etats-Unis font semblant d'être enchantés de la décision qui a ce résultat inouï de contenter, apparemment, toutes les parties.

Le Téléphone de l'Épicier

Notre excellent confrère, le *Grocer* de Toronto, traite une question d'un grand intérêt pour les épiceries et aussi pour les autres détailliers des villes qui sont abonnés au téléphone. Cet instrument d'invention si récente est passé avec une rapidité inouïe dans nos habitudes quotidiennes, et il est aujourd'hui peu de détailliers faisant des affaires de quelque importance qui n'aient un téléphone à leur magasin. L'utilité du téléphone est si évidente: il permet de commander, sans se déranger, chez le marchand de gros, les articles qui viennent à manquer à l'improviste; de s'enquérir des prix de plusieurs maisons avant de faire la commande; d'un autre côté,