

Commerce, Finance, Industrie

VOL. XXXIV

VENDREDI, 18 JUILLET 1902

No 3

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Publié par LA COMPAGNIE DE PUBLICATIONS COMMERCIALES (*The Trades Publishing Co.*), au No 25 rue St-Gabriel, Montréal.

Téléphone Bell - Main 2547
Boîte de Poste - - - 917

PRIX DE L'ABONNEMENT :

Montréal et Banlieue - \$2.00
Canada et Etats-Unis - 1.50
Union Postale - - frs. 15.00

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

L'abonnement est considéré comme renouvelé si le souscripteur ne nous donne pas avis contraire au moins quinze jours avant l'expiration, et cet avis ne peut être donné que par écrit directement à nos bureaux, nos agents n'étant pas autorisés à recevoir tels avis.

Une année commencée est dûe **en entier**, et il ne sera pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages ne sont pas payés.

Nous n'accepterons de chèques en paiement d'abonnement, qu'en autant que le montant est fait payable **au pair** à Montréal.

Tous chèques, mandats, bons de poste, doivent être faits payables à l'ordre de "LE PRIX COURANT."

Nous nous ferons un plaisir de répondre à toutes demandes de renseignements.

Adresser toutes communications simplement comme suit :

Le Prix Courant, Montréal.

REVENONS AUX EXPOSITIONS

On verra par le compte-rendu que nous donnons plus loin de son assemblée annuelle, la section de Montréal de l'Association des Manufacturiers Canadiens propose qu'il soit établi à Montréal une exposition permanente des produits manufacturés dans la province de Québec et à Toronto, une exposition permanente des produits fabriqués dans tout le Canada.

Nous avouons bien candidement que nous ne comprenons pas cette distinction, si la proposition eût été présentée inversement elle eût été en même temps plus compréhensible, car Montréal a, sans contredit, un commerce plus développé que Toronto et que c'est là où se fait le commerce que les produits ont chance de vente. D'ailleurs, les produits de notre province sont mieux connus à Montréal qu'en Ontario et ceux d'Ontario y sont moins connus que ceux de Québec.

Qu'il y ait une exposition permanente à Toronto des produits des manufactures nationales, rien de mieux; mais pour quoi borner à Montréal l'exposition permanente aux produits des fabriques de la province de Québec? Nous ne comprenons pas.

Mais, par hasard, par exposition permanente devrait-on entendre exposition annuelle? Cela doit être, puisque dans la proposition il est dit que Toronto est mieux outillé pour une exposition que Montréal.

En ce cas, il est bon de se rappeler que les expositions annuelles d'antan, à Montréal, n'ont pas obtenu grand succès; nous n'avons pas à revenir sur toutes les causes des insuccès de la Compagnie d'exposition de Montréal, nous devons cependant dire qu'une des principales raisons est précisément que ces expositions revenaient trop souvent; les manufacturiers s'y faisaient peu représenter n'ayant pas toujours du nouveau à présenter et ayant, en outre, à peu

près à même date, à exhiber leurs produits à Toronto et à Ottawa.

C'est dire qu'une exposition annuelle à Montréal, fût-elle nationale au lieu de provinciale, ne pourrait longtemps compter sur le succès, sur des résultats.

Mais il y aurait certainement à gagner et pour les manufacturiers du Canada et pour le public, à faire, à Montréal, une exposition des produits des manufactures du Canada, de temps à autre, disons tous les quatre ou cinq ans.

Nous sommes certains que le commerce de Montréal et que le public de la province de Québec en général se trouveraient bien de ces expositions et que les manufacturiers en tireraient eux-mêmes grand profit.

Maintenant que les manufacturiers sont organisés et que leur Association a déjà donné maintes preuves de son activité, de son désir de faire progresser les industries du Canada, et de vendre aux Canadiens des produits canadiens; nous sommes certains que, grâce à l'Association, une exposition à Montréal attirerait désormais ce qu'il était difficile d'obtenir dans le passé—les produits de la plupart des produits de l'industrie canadienne dans l'enceinte de l'exposition.

Faire connaître ses produits aux consommateurs, c'est par là que doit commencer le manufacturier. S'il vient avec ses produits à Montréal il les y fera connaître à ceux qui en ont la vente comme à ceux qui les consomment. Les grandes industries doivent d'abord accaparer le marché national avant de chercher des débouchés au dehors.

A différentes reprises, **Le Prix Courant** s'est fait l'apôtre de la petite industrie qui, sous notre climat, mériterait d'être encouragée plus peut-être qu'en maints endroits où se trouve répandue l'industrie en chambre.

Nous avons déjà dit pourquoi, nous n'avons pas à appuyer aujourd'hui les raisons pour lesquelles elle devrait être aidée, encouragée et répandue; c'est