

LE PRIX COURANT

(THE PRICE CURRENT)

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Propriété Immobilière, Etc.

ÉDITEURS :

LA COMPAGNIE DE PUBLICATIONS COMMERCIALES

(The Trades Publishing Co.)

25, Rue Saint-Gabriel, - MONTREAL

TELEPHONE BELL MAIN 2547

ABONNEMENT	MONTREAL ET BANLIEUE - \$2.50	PAR AN.
	CANADA ET ETATS-UNIS - 2.00	
	UNION POSTALE - - Frs 20.00	

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 de tels avis.

Une année commencée est due en entier, et il ne sera pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arriérages 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. Adressez toutes communications simplement comme suit :

LE PRIX COURANT, Montréal.



LA GUERRE AUX MEDICAMENTS PATENTES

Aux Etats-Unis et dans la province d'Ontario, médecins et pharmaciens sont en mouvement pour restreindre le commerce des médicaments dits patentés.

Nous avons sous les yeux une petite brochure intitulée "Les projets législatifs de l'American Medical Association," publiée par le "National Druggist," de St-Louis, Mo. Cette brochure est d'une lecture très intéressante et très édifiante en même temps.

Nous nous souvenons que, quand nous avons combattu la prétention de l'Association des pharmaciens de faire interdire à tout autre qu'à un pharmacien diplômé et licencié, la vente des médicaments patentés dans la province de Québec, les pharmaciens invoquaient l'intérêt public, quand leur intérêt seul était en jeu.

Aux Etats-Unis, le même fait se reproduit; toutefois, ce ne sont plus les pharmaciens, mais les médecins qui invoquent l'intérêt public.

Le cas non plus n'est pas exactement le même. Ici, les pharmaciens voulaient conserver le monopole de la vente des médicaments patentés, là-bas les médecins vont plus loin, ils veulent supprimer les médicaments patentés.

L'American Medical Association a, en effet, nommé un comité de législation et a adopté une résolution qui se résume ainsi:

"Que le Comité de Législation de l'A. M. A. use de son influence auprès de la profession médicale entière pour obtenir des Législatures des divers Etats un acte, autant que possible uniforme, prescrivant que tout médicament — patenté — soit sur une formule exacte du contenu imprimée sur chaque paquet original et que le contenu soit conforme à la formule.

Que le Comité présente un mémoire au Congrès pour qu'il passe une loi prescrivant que tout médicament patenté et

toute matière d'annonce y relative qui ne remplirait pas les conditions précédentes, soient exclus du transport par la malle aux Etats-Unis et du commerce entre Etats."

Voyons maintenant ce que disent les médecins des Etats-Unis et leurs journaux au sujet des médicaments patentés et nous saurons par eux-mêmes où ils en veulent venir en demandant des lois dans le sens de la résolution ci-dessus rapportée:

"Demandez à n'importe quel pharmacien ce qui arrivera si vous prescrivez à un patient l'un quelconque de ces médicaments patentés. Il vous dira qu'au moment voulu, le patient, ou sa femme, ou sa mère, ou ses enfants, ou ses soeurs, ou ses cousins, ou ses tantes, ou les amis de sa femme iront au magasin et achèteront davantage de cette même drogue — mais sans prescription. En d'autres mots, vous perdez un patient." [California State Medical Journal, septembre 1905].

Il faut bien que le médecin vive, n'est-il pas vrai? et pour cela il ne faut pas que les pharmaciens eux-mêmes puissent vendre des médecines patentées. En effet, on trouve dans le Journal de l'A. M. A. du 18 mars 1905, page 894, "que les pharmaciens coupent la gorge des médecins en vendant des médecines patentées."

Dans le même journal, 10 juin 1905, le Dr. Horatio C. Wood, jr., un des principaux chefs de la croisade, fait un calcul du montant dépensé en publicité pour les seules "proprietary medicines" et dit que ce montant de publicité "représente exactement le montant qui n'entre pas dans les poches des médecins."

Le 9 septembre 1905, page 801, le même journal dit aux docteurs que ce devrait être une règle de ne remettre aucun médicament patenté à un patient dans son emballage original — "cette précaution étant prise pour empêcher ultérieurement d'acheter le médicament sans ordonnance."

Le Dr. H. C. Wood cité plus haut dit encore le 10 juin 1905 dans le même or-

gane: "En vérité, l'emploi de ces spécialités à noms de fantaisie est une *tentation directe à la "Self-medication" grâce à laquelle, naturellement, le docteur est le perdant, puisqu'elle lui enlève les honoraires d'une prescription.*"

Nous pourrions continuer encore longtemps sur ce ton, mais nous terminons nos citations en citant le Medical Times, Avril 1905, page 117, dans un article éditorial sur les médecines patentées:

"C'est une question vitale pour tous les médecins... Nous répéterons simplement ici ce que nous avons déjà dit d'une manière spéciale, savoir que, dans une année \$62,000,000 ont été dépensés aux Etats-Unis en médecines patentées, suffisamment pour donner à chaque praticien du pays un revenu annuel de \$2000. En présence de faits tels que ceux-ci tout discours sur l'amour de l'humanité, l'altruisme, l'abnégation de soi-même et le reste, devient de peu de prix et dégoûtant... Il nous semble qu'une telle blague devrait faire place au bon sens commun."

Nous nous demandons où est l'intérêt du public dans toute cette levée de boucliers contre les médecines patentées. Il nous paraît plutôt qu'il existe chez nos voisins une conspiration pour l'établissement d'un trust de médecins.

LES VENTES SANS PROFIT

Quand un épicier, dit le "Pacific Grocers Magazine," vend un paquet avec un profit de deux cents et qu'il lui en coûte deux cents pour le vendre, il travaille pour rien. Mais quand il vend ce paquet pour un cent de profit et qu'il lui en coûte deux cents pour le vendre, il a un cent de moins que rien. En d'autres mots, il devra retirer la différence de son compte de banque ou faire peser la perte sur la marchandise de quelque autre manufacturier.

Le détailleur, nous l'avons souvent répété, est dans les affaires pour faire des profits et non pour travailler pour rien.