

de ceux qui la dirigent et la mènent, pour être l'objet de doutes et de suspicion de la part de ceux qui y placent leurs fonds ; on ne peut que plaindre ceux dont l'éducation pratique est tellement nulle qu'ils ne savent même pas distinguer entre une banque d'épargnes proprement dite et une banque de commerce.

Si on demandait aux déposants qui ont retiré leur argent de la banque d'épargnes pourquoi ils y avaient placé leur argent plutôt que dans une banque commerciale, ils seraient nous en sommes sûrs, incapables de donner une réponse satisfaisante.

La morale est que nos banques doivent compter avec la bêtise humaine et qu'elles doivent tous jours se tenir prêtes à parer aux éventualités. Pour cela elles doivent avoir un fort montant en caisse ou un portefeuille bien garni de valeurs immédiatement réalisables. Ce n'est certes pas le moyen de chiffrer de gros bénéfices, mais il vaut mieux jeter à la mer une partie de la cargaison que de risquer la perte du navire.

Nous ne nous attarderons pas à féliciter la Banque d'Épargnes d'être sortie des ennuis que lui a causés cette panique ; on ne félicite dans ce cas, que ceux qui ont été en danger et la Banque d'Épargnes n'a jamais été en péril.

## FRANCE ET CANADA

La Lanterne de Paris, dit à la date du 12 septembre :

« M. Frédéric Gerbier, dont on connaît la compétence et l'autorité en matière coloniale, vient de publier, dans la *Politique coloniale*, une étude fort intéressante sur l'état des relations commerciales de la France et du Canada. C'est une question qu'a remise à l'ordre du jour la dénonciation des traités de commerce de l'Angleterre avec l'Allemagne et la Belgique, dénonciation que sir Wilfrid Laurier, premier ministre canadien, a pour ainsi dire imposée à l'Angleterre. Lors du séjour triomphal que ce dernier fit à Paris, il déclara aux nombreux commerçants et industriels qui l'entretinrent de cette question " qu'à la suite de la dénonciation des traités de commerce avec l'Allemagne, des tarifs de faveur ne manqueraient pas d'être établis qui permettraient aux Français de jouer sur le velours. »

Mais ce n'est pas tout. Le parlement fédéral de cette colonie anglaise, restée française de cœur et d'aspirations, — a compris que le seul moyen de nouer de solides et durables relations commerciales entre la France et le Canada, pour le grand profit des deux pays, — était d'établir entre eux une ligne de navigation directe.

A cet effet, il avait voté une subvention de 250,000 francs, mais sir Wilfrid

Laurier a déclaré qu'il la trouvait insuffisante et se proposait de demander au Parlement fédéral de la porter à 300,000 francs. Le premier ministre canadien ne doute pas que sa demande ne soit favorablement accueillie le jour où il aura été démontré qu'il existe en France, vers le Canada, un mouvement commercial assez considérable pour alimenter le trafic de la nouvelle ligne.

A quelles causes, écrit M. Gerbier dans la *Politique Coloniale*, devons-nous attribuer le peu de succès des efforts faits jusqu'à ce jour pour développer ces relations commerciales ? N'y a-t-il pas réellement au Canada un plus grand débouché pour les produits français ? Certes le Canada renferme tous les éléments favorables à un plus grand développement du commerce français. Mais nos négociants et nos industriels n'ont pas su en tirer parti. Inexpérience du marché canadien, ignorance des besoins réels du pays, insuffisance d'organisation ou de capitaux, ce sont là quelques-unes des causes, et non des moindres, qui ont paralysé leurs efforts. Mais la principale est due sans contredit aux échecs successifs des différentes lignes directes de navigation qui ont été créées depuis 1885. C'est donc elles qu'il convient d'examiner en premier lieu.

L'Allemagne et la Belgique, grâce, il est vrai, à des agences bien comprises et puissamment soutenues, parviennent à livrer au marché canadien des produits moins élégants et moins solides que les nôtres. Mais il est bon d'ajouter que ces deux pays possèdent des moyens de transport direct. L'Allemagne a établi depuis longtemps déjà un service régulier de paquebots entre Hambourg et Montréal faisant escale à Anvers. Les produits français, eux, sont obligés de prendre la voie de Liverpool ou de New-York et de subir de ce fait une série de transbordements onéreux. Ils se trouvent donc grevés de frais beaucoup plus élevés que ceux qu'ont à supporter les produits allemands ou belges, et exposés à des risques de transbordements que ne peuvent d'ailleurs supporter certains articles.

Que la création de cette ligne allemande ait porté le développement du commerce allemand et belge au point où nous le voyons aujourd'hui, cela est ni contestable ni contesté. On ne peut nier davantage que l'absence de ligne directe entre la France et le Canada ne constitue l'obstacle le plus sérieux au développement des relations commerciales entre les deux pays. Tout le monde est d'accord sur ce point aussi bien en France qu'au Canada.

M. Gerbier dit : « L'Allemagne et la Belgique, grâce, il est vrai, à des agences bien comprises et puissamment soutenues, parviennent à livrer au marché canadien des produits moins élégants et moins solides que les nôtres, mais il est bon d'ajouter que ces deux pays possèdent des moyens de transport direct. »

Les moyens de transport direct, les commerçants français les ont eus aussi, mais ils avaient laissé de côté les moyens d'assurer du fret aux compagnies de transport.

Il n'y a jamais eu, à vrai dire, d'agences française bien outillées et encore bien moins puissamment sou-

tenues au Canada. Il s'est fait quelques efforts particuliers qui n'ont pas donné les résultats attendus et pour cause. Presque tous ces agents traitaient avec des commissionnaires au lieu de représenter directement les fabricants, et la marchandise, quand elle convenait au marché, était à des prix qui n'en permettaient pas la vente.

C'est cependant par là qu'il faudrait débiter, établir des agences sérieuses, bien appuyées, bien soutenues et bien équipées. Un syndicat de fabricants devrait envoyer des hommes choisis, parlant les deux langues et capables de les renseigner très exactement sur les articles de ventes au Canada.

M. Gerbier trouve que les Allemands et les Belges ont pu implanter sur notre marché des produits moins élégants et moins solides que ceux des fabricants français ; il aurait pu ajouter que c'est grâce à leurs bas prix qu'ils ont pu livrer ces articles au Canada. Si, à prix égal, les fabricants de France veulent nous livrer des produits plus finis, plus beaux et plus durables, ils peuvent être assurés d'avoir la préférence. Malheureusement, le fabricant français n'a guère cherché, jusqu'à présent, à faire les articles au goût des acheteurs de ce pays, ni à leurs prix ; il fait des modèles, très beaux, il est vrai, mais d'un prix qui ne l'est guère moins non plus.

Dans les draperies, les tissus, les nouveautés, dans toutes les étoffes, en un mot, le fabricant français excelle à faire beau et bon, mais ces beaux et bons articles sont trop cher pour s'adresser à la masse des acheteurs. Quant les fabricants français, feront, comme les Allemands et les Belges, les étoffes bon marché, comme eux aussi il pourront augmenter leur chiffre d'importations au Canada.

On nous citait justement, ces jours derniers, un fait qui à lui seul dépeint assez bien les difficultés que rencontrent nos négociants à traiter des affaires sur le marché français et qui montrent en même temps pourquoi les Allemands réussissent en affaires chez nous. Un des acheteurs d'une de nos meilleures maisons de nouveautés était allé à Paris pour y acheter des manteaux ; il trouve un modèle qui lui convient, mais qui, au moyen de quelques modifications de détail, devait coûter moins cher. Il demande au fabricant de lui faire ces modifications, mais celui-ci se récrie que ce serait de lèse-mode, etc., etc., tant et si bien que l'acheteur achète le mo-