

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

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

BUREAU : No 99, rue St-Jacques, Montréal

ABONNEMENTS :

Montréal, un an.....\$2.00

Canada et Etats-Unis.....1.50

France.....fr. 12.50

Publié par

Société de Publication Commerciale

J. MONIER, Directeur.

F. E. FONTAINE, Gérant.

11, 2602,
no Fédéral 708.

Les bureaux du PRIX COURANT sont maintenant au No 99, rue St-Jacques, Montréal, coin de la Place d'Armes.

MONTREAL, 18 SEPTEMBRE 1891

L'EXPOSITION

Hier s'est ouverte à Montréal la première exposition tenue sous les auspices de la Compagnie d'exposition de Montréal. Nous espérons que le succès en sera éclatant et qu'il assurera pour l'avenir à la métropole commerciale du Canada son exposition annuelle.

Pendant la durée de l'exposition, nous nous ferons un devoir de visiter ceux de nos clients, abonnés ou annonceurs, qui y figureront à titre d'exposants et nous donnerons dans notre prochain numéro un compte rendu détaillé de ces visites.

Le service des Chars Urbains

Lorsqu'un gouvernement d'Etat ou de municipalité accorde à un individu ou à une compagnie le monopole d'un service public, il y est poussé par l'appréhension que la concurrence ne pourrait qu'être nuisible au bon fonctionnement de ce service.

C'est donc l'intérêt public et spécialement l'efficacité du service demandé qui sont les principales considérations de ce monopole et le monopole doit pouvoir être annulé dès que l'individu ou la compagnie aura prouvé qu'elle ne peut ou ne veut pas faire efficacement le service public en question.

Que le monopole accordé à la Compagnie des Chars Urbains par la ville de Montréal soit subordonné à l'efficacité du service des tramways, cela saute aux yeux ; mais il paraît que la Compagnie ne le comprend pas ainsi. Elle paraît être d'opinion que le monopole lui a été accordé pour qu'elle fasse les affaires de ses actionnaires, d'abord, le public s'en arrangera comme il pourra.

Il est devenu nécessaire de faire changer d'opinion à la Compagnie sur ce point et ce devrait être une des premières préoccupations de nos autorités municipales, que de la forcer à s'occuper de l'intérêt du public en même temps sinon avant celui de ses propres actionnaires.

C'est un fait récent qui donne l'actualité aux réflexions qui pré-

cedent : Un jeune homme qui se tenait debout sur la plateforme d'un char est tombé et s'est tué. Le jury du coroner qui s'est occupé de l'affaire, a déclaré la Compagnie devrait mettre assez de chars en service pour que le public ne soit pas obligé de s'entasser sur les plateformes.

A cela M. Lusher a répondu que la Compagnie défendait aux passagers de se tenir sur les plateformes, mais qu'elle ne pouvait faire respecter cette défense et qu'ainsi il arrivait des accidents en dépit de toutes ses précautions et par suite de la violation de ses règlements.

Comme on le voit, M. Lusher élude complètement la question. Il ne lui vient pas à l'idée que si sa compagnie mettait un plus grand nombre de chars sur sa ligne, les passagers n'auraient pas besoin de s'entasser sur les plateformes, et de tels accidents n'arriveraient pas.

Son raisonnement est celui-ci : "Nous avons sur cette ligne un certain nombre de chars, que le public peut utiliser s'il le juge à propos. Plus nous aurons de passagers avec les chars actuels et plus nous ferons de bénéfices, tandis que si nous augmentions le nombre des chars, ce serait une augmentation de dépenses qui ne serait peut être pas compensée par l'augmentation des récoltes. Dans le doute, nous nous abstenons ; que les passagers qui ne peuvent se loger à l'intérieur des chars marchent à pied, ou, s'ils veulent se tenir sur les plateformes, que ce soit à leurs risques et périls."

Eh bien, ce raisonnement-là est tout à fait contraire à l'esprit et à la lettre de la charte octroyée par la ville de Montréal à la Compagnie des Chars Urbains ; et si, à l'Hotel-de-Ville, on n'a pas l'énergie nécessaire pour faire respecter la vie des citoyens, que les citoyens eux-mêmes prennent les mesures nécessaires pour mettre fin à cette exploitation du public qui va jusqu'à l'homicide, et qu'il est impossible de laisser impunie.

Les Colporteurs

A cette saison, les rues de Montréal résonnent de la chanson du colporteur de fruits. Jamais ce genre de commerce n'a été aussi actif qu'en ce moment ; car outre les fruits, on colporte le blé d'inde et tous les légumes.

La concurrence que les colporteurs font aux épiciers est terrible et nous en connaissons qui ont renoncé à acheter des fruits et des légumes au marché qu'ils ne peuvent vendre ensuite, les colporteurs ayant fait avant eux le tour de leur clientèle.

La corporation, sur les instances des marchands payant loyer et taxes, a imposé un droit de licence assez élevé sur ce commerce ambulant ; mais qui s'occupe de la mise en force de ce règlement ? Sur le nombre énorme de ces colporteurs, combien ont obtenu régulièrement une licence ? Probablement pas un sur dix. Mais personne ne s'en occupe ; la police qui a pourtant pour mission

de veiller à l'observation des règlements de la corporation, ne prend point la peine de demander aux colporteurs la production de leur certificat : cependant elle a bien soin, lorsque les paniers d'un épicier avancent un peu sur le trottoir, de l'avertir qu'il ait à laisser le trottoir libre.

On dit aux épiciers : "Si les colporteurs vous gênent, portez plainte contre eux." Ce n'est pas aux épiciers à faire la police de la ville et à poursuivre les délinquants : ce sont des commerçants et non pas des hommes de police ; ils paient des taxes assez élevées pour avoir la protection de la police et ils ont droit à être protégés.

Nous prions donc instamment les autorités municipales et surtout le président du comité de Police ainsi que M. le chef Hughes, de donner instruction aux officiers sous leurs ordres de protéger les marchands établis, en faisant disparaître l'abus du colportage.

Ils n'auront pour cela, qu'à exiger de tous les colporteurs qu'ils rencontreront, la production de leur certificat de licences.

ENTREPRISE

Nous trouvons dans la *Canadian Grocer* l'article suivant reproduit de la "Merchants Review."

C'est l'homme entreprenant qui réussit dans les affaires et l'emploi de ce qualificatif à l'égard d'un marchand est à peu près le plus beau compliment qu'un journaliste puisse lui faire. Aussi on le rencontre très souvent dans les colonnes des journaux parlant des commerçants de la localité. Qu'il en est peu cependant qui méritent ce titre d'Entrepreneur ! Car il veut dire : Un homme d'audace et de décision, qui ne craint pas d'entreprendre, se décide vite, et exécute promptement. Nous doutons qu'il y ait même 10 p.c. des marchands détaillants, même parmi notre population si active, méritent cette épithète ; car la plupart d'entre eux se contentent de suivre tant bien que mal l'ornière de la routine, n'essayant jamais rien de nouveau, mais attendant qu'un autre marchand, entreprenant celui-là, ait fait l'essai d'une nouvelle marchandise ou l'expérience d'une nouvelle méthode d'affaires.

L'esprit d'entreprise peut compenser l'absence de bien des qualités et racheter bien des erreurs dans les affaires quand même il causerait d'abord quelques pertes, dans l'introduction de quelque nouveauté ou d'une nouvelle manière d'attirer l'attention du public, ces pertes seront plus que compensées par le succès avec d'autres articles et d'autres méthodes.

Un coup d'œil jeté sur les journaux locaux de la campagne suffit à constater combien l'esprit d'entreprise est rare chez les détaillants. On dirait, selon l'expression d'un confrère, que les marchands de la campagne considèrent l'annonce comme contraire à la modestie ; de sorte, lorsqu'il leur arrive de faire un contrat d'annonce dans leur

journal local, ils n'en tirent point le parti qu'ils devraient en tirer, le texte de leur annonce n'est jamais changé et on les voit annoncer des marchandises d'hiver au commencement du printemps ou vice-versa.

Le marchand intelligent qui utilise autant que possible les colonnes du journal de sa localité, est regardé comme un écrivain, ou un exalté, un charlatan, un empirique qui viole toutes les règles de bon ton. Mais il arrive, neuf fois sur dix, que son exemple finit par être suivi, tant pour les annonces que pour le reste.

En attendant, il s'est assuré la principale part du commerce de la place ; car c'est lui qu'on était sûr de trouver toutes les marchandises nouvelles, au moins quinze jours avant qu'elles fussent chez ses compétiteurs moins hardis ; et les nouveautés attirent le commerce, sans compter qu'elles paient de bons bénéfices car lorsqu'une marchandise ne se trouve que dans un seul magasin le public est forcé d'aller à ce magasin et le propriétaire peut demander n'importe quel prix raisonnable.

Lorsqu'un marchand parle toujours de la tranquillité du commerce, on peut le classer sans qu'il y ait beaucoup de chances de se tromper, parmi les routiniers, car le marchand entreprenant est trop occupé à chercher les moyens de ranimer les affaires et à les mettre à exécution, pour avoir le temps de se plaindre. Lorsqu'il a atteint ce qui lui paraît la perfection en fait d'annonces et qu'il s'est assuré les nouveautés qui ont le plus d'attraction, le marchand entreprenant tourne son attention sur autre chose ; il tâche d'améliorer le service intérieur du magasin, l'apparence et l'arrangement des marchandises sur les rayons, dans les vitraux de la devanture etc., ou plutôt, il faut dire qu'il a tout cela constamment dans l'esprit et qu'il améliore, remodèle et fait de la nouveauté partout et dans toutes les directions en même temps.

Ca lui prend nécessairement tout son temps et il ne s'aperçoit pas que les autres ont du temps à perdre, ce qui fait qu'on ne l'entend jamais se plaindre des temps durs. On peut résumer les éléments du succès en affaire dans cette parodie de la phrase fameuse de Danton. "De l'entreprise, de l'entreprise, toujours de l'entreprise."

Un épicier de Hamilton, rue King, a été condamné l'autre jour à \$20 d'amende, pour avoir un stock de plus de 60 barils de pétrole dans son magasin ; on en a trouvé 56 au rez-de-chaussée, 20 au premier étage, plus deux barils de benzine.

* *

M. Tancrede Bienvenue depuis plusieurs années attaché au département de l'assistant-gérant de la Banque Jacques-Cartier, vient d'être promu à la position d'Inspecteur de la même banque. Nous croyons que les autorités de la banque ont fait un choix judicieux et que le nouvel inspecteur remplira ses fonctions à la satisfaction de tous les intéressés.