

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publications des marchands détaillants
du Canada, Limitée,

MONTREAL

Téléphone Est 1185.

Bureau de Montréal: 80 rue S.-Denis.

ABONNEMENT { Montréal et Banlieue . . \$2.50
Canada et Etats-Unis . . 2.00 } PAR AN
Union Postale, fr. 20.00

Circulation fusionnée { LE PRIX COURANT
Le Journal des marchands détaillants
Liqueurs et Tabacs
Tissus et Nouveautés

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année.
A moins d'avis contraire par écrit, adressé directement à nos bureaux, quinze jours au moins avant la date d'expiration l'abonnement est continué de plein droit.

Toute année commencée est due en entier.
L'abonnement ne cesse pas tant que les arrérages ne sont pas payés.

Tout chèque pour paiement d'abonnement doit être fait payable au pair à Montréal.

Chèques, mandats, bons de poste doivent être faits payables à l'ordre du Prix courant.

Prière d'adresser les lettres, etc., simplement comme suit:
"LE PRIX COURANT," Montréal.

Fondé en 1887

LE PRIX COURANT, vendredi 6 octobre 1916

Vol. XXIX—No 41

MARCHANDS DE GROS ET DETAILLANTS

A propos du ralliement du Nouveau-Brunswick.

Un grand ralliement des marchands-détaillants du Nouveau-Brunswick s'est tenu à Saint-Jean du 19 au 20 septembre dernier sous les auspices de la succursale provinciale du Nouveau-Brunswick de l'Association des Marchands-Détaillants du Canada. Cette rencontre ne fut pas tant une convention qu'une réunion d'affaires dans le but de faire discuter les commerçants entre eux et leur permettre de se faire une meilleure idée de la force de leur organisation et de son influence sans cesse croissante.

Une grande partie du temps fut consacrée au débat du problème des détaillants et une des plus intéressantes sessions fut celle qui mit en présence les représentants des marchands de gros et des marchands de détail pour la discussion de questions d'intérêt mutuel.

Les délibérations furent ouvertes par des discours de bienvenue de M. A. Murray, de Frédéricton, président de la succursale provinciale; de M. le maire Hayes et de M. J. A. Likely, président du Board of Trade. M. A. O. Skinner, président de l'Association locale fit un exposé magistral du travail de l'association.

Le second jour, des discours très importants furent prononcés par M. F. W. Roach, président de la Canadian Credit Men's Trust Association (Division maritime) et par M. Allan H. Wetmore, président de la Corporation des Epiciers en gros du Nouveau-Brunswick. On peut dire que de la courtoise discussion qui s'engagea, il sortira des relations plus cordiales entre les marchands de gros et ceux de détail et que les malentendus qui se sont élevés dans le passé disparaîtront complètement.

Le public — dit M. Wetmore — a soumis l'"intermédiaire" à sa critique sévère pour chercher sa raison d'être et discuter de sa nécessité. D'autre part, le consommateur et le producteur cherchent à savoir si le marchand de gros est un mal inutile, ou une nécessité publique.

Beaucoup de gens se figurent que le marchand de gros ne fait que recevoir des marchandises par une porte pour les réexpédier par l'autre, en prenant un bon profit pour son dérangement. Qu'est-ce donc que donne le marchand de gros pour le profit qu'il prend? On peut répondre d'un mot à cette question. Le marchand de gros donne — le service.

Si Mme Untel se plaint du prix élevé de ses articles d'épicerie, le détaillant se retranche derrière le coût élevé du "service", et pour prouver ce qu'il avance, il lui rappelle que la veille, elle a oublié de lui commander quelque chose avant la livraison régulière, et que cet oubli nécessita un voyage spécial d'un mille ou plus coûtant 25 centins pour un profit de cinq centins. Mme Untel n'a qu'à s'incliner devant ce fait probant.

Le marchand de gros, lui, n'a pas un tel avantage; il ne vient pas en relations avec le consommateur ou le public, et la masse n'a aucune idée des services qu'il rend. Je sais que le "service" est la chose la plus coûteuse que vend le marchand de gros.

De nos jours, le stock d'une épicerie en gros d'importance courante, comprend de deux à cinq mille articles variés et distincts. Une grande partie de ce stock vient de l'étranger ou de régions du pays très éloignées. Nous sommes, nous les marchands de gros, des explorateurs, qui remuons ciel et terre pour découvrir les produits qui donneront satisfaction à l'appétit cultivé du consommateur. Si les professeurs de nos écoles conduisaient nos enfants dans un magasin d'épicerie et leur montraient une liste complète des articles qui y figurent, en suivant sur une carte l'endroit de production de chaque article, ses écoliers prendraient là une leçon révélatrice de la géographie et une démonstration pratique des exportations et des importations.

Mais, cela n'est pas tout. Chaque petite localité a ses goûts particuliers, et il y a quantité de produits qui sont fort demandés dans telles régions et qui dans d'autres, ne sont pas du tout consommés. Le seul point

VOS CLIENTS LE CONNAISSENT COMME ETANT

"Continuellement bon"

VENDU PAR VOTRE MARCHAND EN GROS

TABAC
STAG
A CHIQUER