

laïres des autres pays, s'il y a plus de poursuites intentées dans les autres pays qu'au Canada contre les détaillants pour fausse annonce et vente de marchandises frelatées en proportion de la population.

Ces importantes questions et quantité d'autres ne devraient pas être négligées comme elles le sont et vu l'importance du sujet, nous vous demandons de nous assister en recommandant qu'un département pour le commerce de détail soit incorporé au Département du commerce et l'Association des Marchands-Détaillants fera tout ce qui sera en son pouvoir pour vous donner les plus amples informations qui vous seront nécessaires.

Confiants que vous reconnaîtrez le bien fondé de notre requête,

Nous demeurons

Vos tous dévoués,

LA PROTECTION DES PRIX DES ARTICLES DE MARQUE

Suggestion d'un amendement à la loi des marques de commerce et patentes

Il nous arrive souvent de dire et de répéter que les conditions du commerce changent pour ainsi dire journellement, et il nous est fourni à chaque instant l'occasion d'en donner la preuve. Cette particularité ne va pas sans exiger un remaniement des méthodes de commercer et des lois qui régissent le commerce.

Si nous consultons les annales du commerce d'il y a un siècle nous remarquons qu'à cette époque les produits vendus sous une marque de commerce étaient relativement rares, tel n'est pas le cas à présent, les articles revêtus d'un cachet de propriété se font de plus en plus nombreux et l'on peut bien dire sans craindre d'être démenti qu'à l'heure présente, 75% environ des articles et produits vendus sont porteurs d'une marque.

Ce système adopté par les manufacturiers pour l'écoulement de leurs produits simplifie le rôle du détaillant qui n'a plus à s'occuper de la qualité ou de la valeur du produit qu'il tient. Il devient en effet le simple distributeur d'une marque annoncée directement au public et qui par elle-même est une garantie de qualité. Cette pratique devait nécessairement entraîner certains inconvénients. Il ne devait pas tarder de se produire ce fait que certains détaillants dans le but de s'attirer une clientèle s'empressèrent de vendre presque sans profit ces articles de marque peu soucieux qu'ils étaient de respecter le prix de vente que leur avait fixé le fabricant. Il s'ensuivit une perturbation marquée pour le commerce en général; les détaillants honnêtes qui vendirent les articles de marque au prix régulier qui leur donnait un légitime profit se virent l'objet de la suspicion du public acheteur qui avait pu se procurer ces mêmes articles à meilleur compte chez d'autres détaillants et qui n'était pas éloigné de penser que ceux vendant aux prix réguliers agissaient de façon malhonnête. Pouvait-on remédier à cet état de chose et était-il possible d'imposer au détaillant un prix de vente fixe? Pour ce qui est du fabricant titulaire de la marque de commerce, il est certes en droit d'imposer à celui auquel il vend directement un prix de vente fixe, mais son client direct est le marchand en gros, non le détaillant, il ne peut donc rien contre celui-ci à moins d'une entente avec les manufacturiers, entente qui serait contraire à la loi comme étant restrictive. Quant au marchand en gros, s'il se refuse à fournir un article de marque à un client qui en a diminué le prix de vente

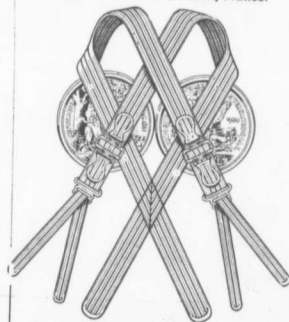
régulier, celui-ci pourra toujours trouver un autre fournisseur qui le lui procurera, pour couper toutes voies d'approvisionnement aux détaillants de cette catégorie; il faudrait là aussi entente entre les marchands en gros, pratique absolument interdite aux termes mêmes de la loi canadienne concernant les coalitions commerciales.

Le véritable remède à apporter à cet état de choses doit être cherché dans la modification de la Loi des marques de commerce et patentes. Telle qu'elle se lit actuellement, cette loi enregistre les droits de propriété d'une marque et donne droit exclusif d'exploitation au titulaire sans exiger de lui qu'il en fixe le prix de vente. Il nous semble que si le déposant d'une marque spécifiait en prenant brevet, le prix qu'il désire voir vendre l'objet dont il s'agit, et que cette condition fut indispensable pour obtenir le droit à une marque, les conditions du commerce de détail s'en trouveraient sensiblement améliorées et le public ne pourrait qu'y gagner.

Il est fort probable qu'on objecterait qu'une telle mesure favoriserait les prix excessifs de la part du possesseur de la marque et que cela donnerait prise à des abus dont les consommateurs seraient victimes. Ce n'est point notre opinion, car en admettant qu'un manufacturier prenne une marque spéciale pour spécifier son produit et fixe la vente de ce produit à un taux exagéré, un autre manufacturier ne manquera pas de mettre le même produit nanti d'une autre marque sur le marché à un prix plus avantageux pour le consommateur. Et cette concurrence arrivera à réduire à son minimum le prix de vente possible du dit produit pour le plus grand bien du public et sans que le détaillant ait à réduire ses profits.

Il serait donc à souhaiter que cette initiative fut prise en considération par les intéressés et que ceux-ci établissent un projet de loi tendant à amender la loi actuelle des marques de commerce et patentes en contraignant le postulant à indiquer le prix de vente de l'article ou du produit pour lequel il veut obtenir une marque personnelle.

Nous avons toujours en stock ici à Montréal
les Célèbres
BRETELLES FRANÇAISES
FROMAGE FRERES, Rouen, France.



GEORGES FROMAGE & Cie, Successeurs.
Agents pour Montréal:
J. C. DAVID & Cie,
Tél. Est 1443. 502 Ste-Catherine Est.