

Tissus et Nouveautés

(TISSUES & DRY GOODS)

REVUE MENSUELLE

Publié par la Compagnie de Publications Commerciales (The Trades Publishing Co'y), 25 rue Saint-Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2547, Boîte de Poste 217. Abonnement: dans tout le Canada et aux États-Unis \$1.00, strictement payable d'avance; France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration, et ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toutes communications simplement comme suit: **TISSUS ET NOUVEAUTÉS, MONTRÉAL, Can.**

Vol. II

AOUT, 1901

No 8

COMPTANT VS CREDIT



NOTRE excellent confrère de New-York, le *Dry Goods Economist* revient sur une question maintes fois traitée et débattue, celle de changer le système des ventes à crédit en celui des ventes au comptant.

L'article qu'il publie à ce sujet dans son numéro du 13 juillet dernier est d'autant plus intéressant pour nos lecteurs qu'il met en cause les magasins à départements et qu'il prend un

exemple au Canada, celui d'ailleurs qui provoque des opinions diverses de chefs de grandes maisons américaines.

La maison canadienne dont il est question est la maison Henry Morgan & Co de Montréal.

Laissons parler le *Dry Goods Economist* tout d'abord, nous tirerons ensuite les conclusions qui se dégagent de l'article en question au profit de nos lecteurs.

Dans une récente tournée que l'écrivain fit au Canada, il apprit du chef du premier magasin à départements de Montréal qu'une pareille révolution avait été effectuée dans leur maison sans qu'il en résultât le moindre sacrifice pour le chiffre d'affaires.

Henry Morgan & Co sont à Montréal ce que Altman, Stern et Arnold-Constable sont à Gotham (New York). Il font le commerce de choix. En fait, la catégorie de leurs clients était si recherchée que beaucoup de comptes figurant dans leurs livres étaient trop bons pour pouvoir être collectés. Réclamer aurait été offensant. En somme, le règlement se faisait à la convenance du client, quelquefois à six mois, souvent à un an. Réellement la masse de leurs affaires était faite à long crédit. Comment y remédier ou au moins comment diminuer les termes de crédit était pour eux un problème de grande importance.

Finalement ils s'arrêtèrent à un plan qui opéra comme un charme. Ce plan mis en œuvre depuis cinq ans a littéralement transformé un système de ventes presque exclusivement à crédit en un système de ventes presque entièrement au comptant.

Voici comment. Ils accordent 5 p. c. d'escompte pour les ventes payées au comptoir et les marchandises portées en compte sont sujettes à un escompte de 4 p. c. quand elles sont payées dans les 30 jours. Grâce à ce système, la majorité de leurs comptes de livres—qui représentent encore la grosse part des affaires—est

payée dans les limites prescrites, ce qui a pratiquement ramené les affaires sur une base de comptant.

"Naturellement," déclare M. Morgan, "les ventes C. O. D. ou au comptant sont impraticables sur une large échelle avec la clientèle de haut ton. Elles ne conviennent pas. Comme conséquence, nos clients qui paient au comptoir n'offrent qu'un faible pourcentage de ceux que nous débitons et qui préfèrent payer à 30 jours avec un escompte de 4 p. c. et qui évitent les inconvénients du C. O. D. et du comptant."

"Avec ce système," continue M. Morgan, "les intérêts de la maison et ceux du client en matière de prompt règlement sont identiques. La femme veille à l'escompte de 4 p. c. car c'est autant d'argent de poche qu'elle a en plus et elle a soin que la facture soit payée afin d'avoir cet argent. Naturellement l'escompte est libéral mais d'après notre expérience cette politique est sage.

Afin de s'assurer sous quel aspect Knickerbocker envisagerait cette politique à travers ses lunettes, l'écrivain a expliqué le système aux esprits dirigeants de plusieurs magasins à départements et en a obtenu les opinions qui suivent:

"Non, je ne vais rien là-dedans pour New-York," dit Isaac Stern, de Stern Bros. "Les affaires se font évidemment ici sur une marge plus serrée qu'au Canada, car aucune maison importante de cette cité n'est en mesure de pouvoir accorder un tel escompte. A vrai dire, le mot "escompte," dans le dictionnaire du détail pour le moins, peut se traduire par "ruse." Un escompte est supposé être une partie enlevée du prix auquel on avait à l'outé une partie équivalente. "Prix fixe" est la seule base qui soit saine."

Le gérant général de John Wanamaker déclare qu'un tel système n'a pour sa maison aucun intérêt car elle obtient les mêmes résultats sans être tenue à aucun sacrifice. "De plus," ajoute-t-il "les cas ne sont nullement analogues. La maison en question était une maison de ventes à crédit et nous vendons au comptant. Il est vrai que nous avons un nombre considérable de compte ouverts, mais ils sont différents des comptes ordinaires de crédit. Ici, ouvrir un compte est simplement une question de convenance.

"Quant un compte est ouvert, il est entendu que les paiements doivent se faire mensuellement. S'ils n'ont pas lieu un collecteur va s'assurer dans les dix jours de la cause du non paiement et, si le paiement n'est pas fait ensuite dans un court délai, aucune marchandise ne sera plus débitée tant que le compte ne sera pas payé. En tous cas, il est hors de question