

sent pas. Et cependant, l'argent recherche les emprunteurs et les attend. Le principe général qui peut s'y appliquer est le suivant: "L'argent peut s'obtenir pour toute affaire capable de créer des profits".

Le poids de la preuve, néanmoins, repose sur vous. Si vous avez une proposition de mérite, vous devez **démontrer ce mérite**. Vous devez préparer et étudier votre affaire et prendre une part active dans l'obtention de la confiance, qui seule assurera votre succès.

Etant entendu que vos chances d'obtention du capital dépendent de la confiance que votre personnalité, votre actif tangible et votre proposition inspirent, vous devez présenter ces facteurs de la meilleure manière et aux sources autorisées.

Les affaires d'un petit fondeur n'avaient pas progressé à temps, lorsque ses gros concurrents firent pression sur les fournisseurs de matière première pour le forcer à tomber. Les prix furent augmentés et le coût de production devint si élevé pour le petit fondeur, que son existence se trouva menacée. Pour placer ses affaires sur une base indépendante, il ordonna de nouvelles machines, comptant sur un emprunt de cinq cents dollars que lui consentirait son banquier. Quelques jours après qu'il eut placé sa commande, son banquier lui fit savoir qu'il se voyait dans l'obligation de lui refuser le prêt sollicité à cause de sa situation financière chancelante.

Le manufacturier revint à son bureau, découragé. "Je ne puis obtenir un prêt", dit-il, "et la paye est prochaine." Il réfléchit et prit soudainement une résolution énergique. "Au fait, j'ai établi une industrie", dit-il, et cette industrie représente un actif. Je ne reviendrai qu'après avoir trouvé à emprunter cinq cents dollars". Et il sortit.

Il alla chez un vieux manufacturier d'instruments aratoires qui employait de ses produits; il obtint de lui une bonne commande et demanda qu'il soit avancé cinq cents dollars pour la garantie du contrat.

Il tourna sa proposition de telle manière que cette avance fut jugée toute naturelle et que le riche client signa le chèque sans objection.

Le grand point est donc de voir exactement quel actif on possède sous n'importe quelle forme et d'en faire usage au meilleur avantage possible.

LA POLITESSE EN AFFAIRES

La courtoisie en affaires est un gros actif. Les grandes corporations adoptent de plus en plus ce principe. Une grosse entreprise à succursales multiples définit sa politique commerciale par cette phrase: "Le public a toujours raison." Sans doute est-ce un peu pousser les choses à l'extrême, mais l'idée qui s'en dégage et qu'il est préférable de perdre de l'argent par la faute d'un client, que de perdre la bonne opinion du client faute de considération ou de civilité de la part du magasin.

Quelques grosses entreprises poussent même beaucoup plus loin ce sentiment. Une importante compagnie d'assurance envoie, par exemple, un petit cadeau avec des félicitations, à tous ses membres pour leur anniversaire. Ce n'est rien, mais tout de même cela plaît au public lors même qu'il comprend que ce n'est qu'une routine de bureau. C'est en effet, une routine, mais une routine doublée de courtoisie et c'est une chose qui compte beaucoup.

Un commis qui répond sèchement à un client peut laisser une impression que des mois de soins, de publi-

cité coûteuse ne sauraient effacer. La réponse rude d'un commis de livraison, même sur provocation, peut vous faire un tort inestimable. Les temps ne sont plus où les employés pouvaient répondre à la grossièreté par de la grossièreté. L'impolitesse est devenue trop coûteuse, tandis que la politesse est d'un excellent rapport en affaires.

LA TAXE DES COLPORTEURS

A une assemblée des Marchands-Détaillants, tenue récemment à Beauce Jonction, il a été proposé par M. Gédéon Giguère, secondé par M. J.-A. Beaudoin, qu'une demande soit faite au Trésorier Provincial, d'augmenter le taux de la licence des colporteurs à pied, jusqu'à deux cent cinquante piastres et celui des colporteurs en voiture, jusqu'à cinq cents piastres, tel que la chose a été demandée l'hiver dernier par des requêtes et une délégation de l'Association des Marchands-Détaillants du Canada, Incorporée.

Que de plus, certains amendements à la loi soient faits, à l'effet de faciliter la manière de reconnaître ceux qui sont porteurs de licences, ainsi que la manière de faire exécuter la loi.

En outre, d'obliger le colporteur portant une licence de district, avant de faire du commerce dans une localité, à se rendre chez le secrétaire de chaque municipalité et là, à donner son nom et le numéro de sa licence de district et de s'enquérir s'il existe une règlement de licence dans ladite municipalité et que toute personne ait le droit d'exiger la production desdites licences de district et de la municipalité dans laquelle il fera commerce.

Cette résolution a été adoptée.

Cette action prise contre les colporteurs est de toute nécessité et sera une protection à la fois pour le commerce local et pour le public acheteur.

Les marchands locaux sont les agents directs de la prospérité de leurs centres respectifs. Ils payent des taxes importantes et il est souverainement injuste de les voir privés d'une bonne part d'affaires, du fait du passage d'inconnus qui vendent de porte en porte des articles plus ou moins recommandables à des prix le plus souvent trompeurs. Ces nomades ne contribuent aucunement au développement des centres par où ils passent, ils ne font pas partie de cette "communauté" qui est la base des villes, ils n'épousent pas les intérêts des gens auxquels ils vendent, bien au contraire. Quel recours le public a-t-il contre ces juifs-errants du commerce, si les articles achetés ne sont pas utilisables par suite de leur mauvaise qualité inapparente à première vue? Aucun. Ce sont des inconnus sans domicile fixe n'ayant pour magasin que leur roulotte. Tandis qu'en achetant au marchand local, le public sait où s'adresser s'il a une réclamation à faire et il obtient satisfaction. C'est donc protéger le public consommateur que d'imposer au colporteur des règlements leobligeant à se rapporter aux municipalités et c'est vouloir oeuvre de justice que de leur imposer une taxe suffisante pour chaque district, de façon à les faire participer à l'entretien des régions dont ils tirent leurs revenus.

On prétend qu'il s'est constitué une grande compagnie américaine par action dans le but de s'occuper de la reconstruction de chemins de fer en Russie et d'y établir de grandes usines de force motrice.