

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

La Compagnie de Publications des Marchands Détailliers du Canada, Limitée,

Téléphone Bell Est 1185.

MONTREAL.

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

Bureau de Montréal : 80 rue St-Denis.

Bureau de Toronto : Edifice Crown Life, J. S. Robertson & Co., représentants.

Bureau de Chicago : 215 rue South Market, Emmet C. Boyles, représentant.

Bureau de New-York : 903-904 Tribune Bldg., E. F. Olmsted, représentant.

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année, A moins d'avis contraire par écrit, adressé directement à nos bureaux, 15 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 de "Le Prix Courant".

Prière d'adresser les lettres, etc., simplement comme suit :

"LE PRIX COURANT", Montréal.

VOL. XLV.

MONTREAL, 2 AOUT 1912

No. 31

L'ENSEIGNEMENT COMMERCIAL

Du 26 au 27 juin dernier s'est tenu à Paris (France) un congrès ayant pour but la défense et le développement du commerce extérieur de la France.

Parmi les propositions discutées et adoptées citons:

Organisation d'une représentation officielle à l'étranger; amélioration de l'organisation commerciale du Sud, l'Extrême-Orient, l'Algérie, la Tunisie et le Maroc, la Mauritanie, etc.; rapports douaniers des colonies avec la métropole; service militaire des Français à l'étranger, organisation de l'enseignement commercial, etc.

C'est à cette dernière question que nous voulons nous arrêter et examiner rapidement ce que la France a préconisé à ce congrès pour en assurer la solution. Cette question est d'ailleurs d'une importance vitale; elle concerne l'enseignement de la vente, la représentation, la connaissance des marchandises par le vendeur.

Qui est le véritable agent de l'expansion commerciale allemande dans le monde, si ce n'est le commis-voyageur. N'est-ce pas aux efforts persévérants, mais aussi à la science avisée de cet humble collaborateur que les allemands doivent le développement ininterrompu de leur industrie et de leur commerce, et parallèlement de leur puissance économique et politique?

Or, n'est-ce pas à une éducation parfaitement adéquate, à un enseignement savamment organisé et préparé en vue de ce but primordial: la diffusion des produits teutons sur tous les marchés du monde, qu'est due pour la plus large part la réussite de ces représentants délégués chaque année, par les firmes de la métropole, sur tous les points du globe?

Le recul constant des limites du marché universel, l'ouverture successive de tous les pays à la consommation des produits d'une industrie moderne, tous les jours plus perfectionnée, mais aussi plus prolifique et par conséquent plus soumise aux lois d'une concurrence dont l'âpreté s'exacerbe chaque jour, ont bouleversé les anciennes méthodes du commerce. Le progrès a fait son oeuvre, là comme ailleurs, apportant avec lui les complications qui rendent la tâche plus difficile et désarmant ceux qui s'obstinent à vouloir s'en passer et se lancent étourdiment dans la lutte sans se munir, au préalable, du bagage de connaissances indispensables.

M. Louis Mercier, directeur de l'Union Nationale du Commerce Extérieur, a soumis ses idées au Congrès du Commerce Extérieur dans la note suivante qui ne manque pas d'intérêt et dont la lecture pourra donner naissance à d'utiles suggestions pour notre système d'enseignement:

"On se préoccupe beaucoup depuis quelque temps de l'enseignement professionnel; on s'est inquiété avec raison de la disparition menaçante de nos bons ouvriers, et des mesures sont prises chaque jour pour remédier à la crise de

l'apprentissage; mais nous avons été vivement surpris de n'entendre personne élever la voix ou formuler un projet en faveur de la formation de vendeurs et de représentants de commerce, principalement pour l'exportation. Il est cependant notoire que nous manquons de représentants à l'étranger, c'est là une évidence qui a été maintes fois proclamée par nos économistes les plus éminents et que déplorent la plupart de nos négociants et industriels.

"Il ne suffit pas de bien fabriquer, il faut bien vendre.

"Il ne manque pourtant pas de candidats désirant s'occuper de représentation, soit en France, soit à l'étranger; mais nous avons été frappés des difficultés qu'ils éprouvent à trouver une situation et, en nous efforçant de les y aider par les moyens dont dispose notre Union Nationale, nous nous sommes rendu compte de la source de ces difficultés et de la possibilité de les supprimer.

"Chaque jour nous recevons la visite d'anciens élèves des Ecoles Supérieures de Commerce ou autres, jeunes fils de famille ayant de l'instruction, de l'éducation, quelques notions théoriques du commerce, ayant même parfois fait un séjour à l'étranger pour apprendre la langue du pays. Ces jeunes gens cherchent une place de voyageur ou d'agent sur place à l'étranger. Ils sollicitent une situation ou une recommandation.

"Partout où ils se présentent on leur demande: Quel article connaissez-vous? Quelle tournée avez-vous faite? Quelle clientèle avez-vous? Pour quelles maisons avez-vous voyagé? Et devant leurs réponses négatives, les chefs de maisons refusent d'allouer des frais de voyage et des appointements à ces débutants qui n'offrent pas de chances de succès; ils refusent même de faire les frais d'une collection à la commission, redoutant la perte de leurs échantillons, une mauvaise impression de la clientèle ou du temps perdu.

"Ces jeunes candidats objectent: Mais ceux qui voyagent actuellement ont pourtant bien débuté? Oui, leur répondons-nous, mais la plupart ont commencé à 13 ou 14 ans, par faire les courses, les paquets, ont appris à connaître les marchandises derrière un comptoir, à vendre et, petit à petit, après essais sur place, ont été lancés sur les traces des anciens. Tandis que vous qui avez un plus fort bagage scientifique, une éducation plus soignée, une intelligence plus développée qui vous donnent une légitime ambition, vous ne voulez pas débiter comme apprenti de magasin.

"Il apparaît donc que ces jeunes gens ont besoin de compléter leur éducation commerciale.

"Il existe des écoles de comptabilité, de langues étrangères, de préparation aux administrations, etc., mais il n'existe aucune Ecole professionnelle de représentation où l'on formerait des vendeurs, des représentants, en leur apprenant