

épiciers, au lieu de s'entendre pour faire un commerce profitable; s'acharnent à se faire la concurrence en vendant au rabais.

L'Association des Epiciers est là pour mettre un terme à ce genre de concurrence ruineuse et, dans la discussion sur le prix de vente du gin, elle a posé le vrai principe en déclarant que le prix de vente d'une marchandise devait être basé sur le prix de coût, suivant le cours du marché.

Il est regrettable, en effet, que tous les épiciers ne vendent pas aux mêmes prix un article classique comme le gin de Kuyper. Les prix de 30, 60 et 90c. suivant la contenance et la dimension des bouteilles sont des prix raisonnables et absolument justifiés par les cours du marché actuel.

Pourquoi quelques épiciers vendent-ils encore aux anciens prix, c'est-à-dire aux prix d'avant la hausse?

Quelques épiciers disent: nous ne donnons pas de timbres de commerce, mais nos voisins en distribuent; et, pour lutter contre la concurrence qu'ils nous font avec les timbres, nous vendons notre gin 5 cents moins cher qu'eux. C'est notre système de lutter contre les timbres de commerce et la concurrence qu'ils nous suscitent.

Ceux qui raisonnent ainsi vendront peut-être un peu plus de gin que leurs

voisins distributeurs de timbres; mais vendront-ils plus d'autres marchandises?

C'est à eux de voir si le sacrifice de 5 cents sur une bouteille de gin est compensé par le gain qu'ils font en vendant d'autres marchandises.

Pour nous, nous croyons que le client qui a la manie des timbres n'achètera que le gin au rabais chez celui qui ne distribue pas de timbres et retournera là où il reçoit ses timbres pour acheter ses autres marchandises, par conséquent, nous pensons que l'épicier a tort de ne pas vendre son gin aux prix auxquels la plupart des épiciers le vendent maintenant.

La question des timbres, on le voit, est une véritable nuisance; elle retire des profits à ceux qui en distribuent et ceux qui n'en distribuent pas se croient obligés de vendre leurs marchandises au rabais pour lutter contre les timbres.

Heureusement, les timbres de commerce auront bientôt vécu.

L'Association peut donc d'ores et déjà étudier la question des prix de vente en général et faire oeuvre utile en provoquant une entente entre épiciers pour que certains articles, jusqu'ici sacrifiés, soient vendus à des prix laissant un profit légitime raisonnable.

Celui qui compte sur la chance pour réussir, sera heureux s'il la trouve.

## L'ASSOCIATION DES BANQUIERS CANADIENS

A l'assemblée des membres de l'Association des Banquiers Canadiens qui a eu lieu à Toronto, la semaine dernière, un comité a été nommé pour étudier la formation d'un Institut de banquiers, dont les membres seraient les membres actuels de l'Association des Banquiers.

Aux élections des officiers pour l'année prochaine ont été nommés:

Président—M. E. S. Clouston, Bank of Montreal.

Vice-présidents—M. Duncan Coulson, Bank of Toronto; M. Geo. Burn, Bank of Ottawa; M. H. Stikeman, Bank of British North America; M. M. J. A. Prendergast, Banque d'Hochelega.

Conseil—M. B. E. Walker, Canadian Bank of Commerce; M. Thos. Fyche, Merchants Bank of Canada; M. D. R. Wilkie, Imperial Bank of Canada; M. Thos. McDougall, Quebec Bank; M. Jas. Mackinnon, Eastern Townships Bank; M. W. E. Stavert, Bank of New-Brunswick; M. Jas. Elliot, Molsons Bank; M. P. A. Lafrance, La Banque Nationale; M. G. P. Reid, Standard Bank of Canada; M. T. G. Brough, Dominion Bank; M. E. L. Pease, Royal Bank of Canada; M. G. H. Balfour, Union Bank of Canada; M. D. R. Clarke, People's Bank of Halifax; M. H. S. Strathy, Traders Bank of Canada.



LE CÉLÈBRE

**SCOTCH WHISKY**

LIQUEUR SPÉCIALE

“ P. & O. ”

ALEX. FERGUSON & CO., GLASGOW, - Seuls Propriétaires.

LA MARQUE LA PLUS POPULAIRE  
DE SCOTCH WHISKY DANS LE MONDE.

VOYEZ LES COTATIONS.

Succursale de Québec:

**J. WALTER TRESIDDER,**  
Agent Général, 214 rue St-Jacques.  
Montréal.

**HENRI BEAUTEY,**  
AGENT.