

## L'UNIFORMITE DES PRIX

Le maintien des prix par les détaillants est-il pour le public une source de profits ou de pertes? Quelques mots sur le droit et le devoir qu'ont les fabricants de s'entendre entre eux pour le maintien des prix seront la réponse à cette question.

Si le maintien des prix doit étouffer la concurrence, c'est une chose nuisible; s'il doit contribuer à l'amélioration de la qualité, ce devient une pratique excellente.

Il y a différentes sortes de concurrences; il y a d'abord celles des prix, qui souvent est la cause de l'infériorité de la qualité; il y a aussi celle de la qualité, quand les prix sont uniformes et que seul cet élément peut faire préférer tel article à tel autre. La première de ces concurrences est rarement à l'avantage du consommateur, la seconde lui est presque toujours profitable. Les fabricants qui imposent à leurs vendeurs les prix auxquels leurs produits doivent être offerts, se trouvent aussi bien placés vis-à-vis de la clientèle que ceux qui fabriquent des articles analogues sans donner une base de vente. Cette discussion a trait uniquement à cette catégorie de fabricants qui agissent individuellement et non à ceux qui s'entendent entre eux pour établir des prix uniformes. On a trop souvent tendance à confondre ces deux catégories.

Le fabricant qui établit un barème de prix pour ses articles, et alloue au commerçant une certaine commission en insistant pour que ce dernier respecte le prix fixé, ne saurait pour cette raison être à l'abri de la concurrence. S'il est sage, il comprendra ce qu'il en coûte à un commerçant pour tenir ses articles, et lui consentira une remise suffisante pour lui permettre de récupérer ses frais et en même temps d'avoir un bénéfice; mais il réduira ce pourcentage au strict nécessaire pour enlever toute tentation au détaillant d'avilir le prix de ses produits. Ce sage fabricant, en établissant ses prix, fera en sorte d'avoir un bénéfice normal tout en rémunérant par une commission suffisante le travail de son vendeur. Les consommateurs aimeront cette façon de faire, car tous paieront un prix uniforme.

En plus de son propre bénéfice le commerçant ne doit jamais oublier de faire une estimation de ses dépenses, sans quoi il ira infailliblement à la faillite. N'est-il pas plus correct pour un marchand de n'avoir qu'un seul prix et de vendre à Pierre aux mêmes conditions qu'à Paul, plutôt que de perdre sur l'un et de se rattraper en faisant double bénéfice sur l'autre. C'est ce qui se produit fatalement quand les prix ne sont pas imposés. Le détaillant le sait bien, lui, si le public l'ignore souvent. Ce plan des prix unifiés est tout à l'avantage particulièrement du petit consommateur que la loi essaye manifestement de protéger. On a reconnu que les chemins de fer ne devaient pas favoriser le gros expéditeur plus que le petit; ils payent tous deux indifféremment le même prix. Rien n'est plus juste.

Mais comment la concurrence pourra-t-elle atteindre le fabricant?

Supposons qu'un fabricant fasse annoncer par la voie de la réclame, un article au prix de 10 centins. Ce prix est connu rapidement de tout le monde; inutile de dire qu'il comprend la commission réservée à l'intermédiaire; ce qui fera sa force, ce sera sa qualité. Admettons qu'un autre fabricant apporte dans la construction ou la qualité de cet article une amélioration importante, qu'arrivera-t-il? Une des trois choses suivantes: 1° La nécessité où se trouvera le premier fabricant d'augmenter sa qualité pour égaler son concurrent; 2° la diminution du prix qui donnera au petit commerce la perspective d'un plus gros bénéfice, et 3° enfin, si la marge des bénéfices du fabricant ne permet pas cette diminution, la suppression pure et simple de cet article. Si le

fabricant est amené à baisser son prix, ce nouveau tarif devra être encore adopté uniformément quelle qu'en soit la réduction et tout comme si c'était un prix normal. La concurrence aura rempli son rôle et le maintien des prix n'aura pas empêché cette diminution, il n'aura fait que la rendre uniforme. Imposer ses prix, cela veut dire fixer un certain prix sans qu'il soit permis de le dépasser ou de le diminuer, la concurrence jugera s'il doit être abaissé. Quelle que soit la règle établie au sujet des prix, elle ne saurait détruire la loi de l'offre et de la demande.

Les prix ainsi imposés s'offrent d'eux-mêmes au verdict de la concurrence, car il devient aisé à tout fabricant d'étudier la manière de faire mieux sans changer de prix. S'il fixe son prix convenablement, il peut donner de la bonne qualité et défendre à son débitant d'y apporter un changement, car il se fait une renommée de son principe: "Un seul prix pour tous". Le but visé est d'amener le fabricant à donner le maximum de qualité pour le prix fixé.

## ACME GLOVE WORKS

Les vendeurs de la compagnie Acme Glove Works, Limited, vont exposer dans leur ligne de printemps, après le 1er septembre, un assortiment complet de gants en chevreau importé et en suède pour dames. Cette maison a conclu des arrangements avec la vieille maison de Domenico Silva et Cie, de Milan, Italie, pour tenir toutes ses spécialités au Canada. Les "gants de Silva" étaient vendus depuis deux ans en notre pays, par Cais et Cie, Limitée, mais cette dernière maison a déjà cessé de faire des affaires et son ancien président, M. Henry Valle, représentera la compagnie Acme en Europe, s'occupant de défendre ses intérêts sur ce dernier continent, inspectant tous les clients achetés par la compagnie et garantissant ainsi aux clients de la Compagnie, non-seulement de promptes livraisons, mais des sélections uniformes et de tout premier ordre.

Ce nouveau rayon des affaires avec l'étranger sera sous le contrôle de M. W. G. Butler, qui pendant des années a travaillé de concert avec MM. McIntyre, Fils et Cie, et dernièrement avec Cais et Cie.

La Compagnie tiendra un grand assortiment complet de gants de toutes les qualités de cette marque, à sa fabrique de Montréal, après le 15 septembre.

## NE REMETTEZ JAMAIS AU LENDEMAIN

Que le mot "demain" ne se place jamais entre vous et votre succès. S'il devient une barrière dans votre chemin, vous vous en servirez comme d'excuse pour n'avoir pas fait tout ce que vous auriez dû faire aujourd'hui. "Aujourd'hui," voilà la clef qui vous permettra de franchir cette barrière pour arriver au succès.

Dans la vie d'un homme, chaque jour apporte sa part de devoirs à accomplir, et l'homme de progrès est celui qui commence chaque matin une nouvelle journée et qui n'a pas à terminer des choses commencées ou laissées derrière lui la veille. Il voit à ce que chaque chose soit faite à son temps et ne laisse rien d'incomplet; par conséquent il ne manque pas une occasion qui puisse lui procurer un avantage quelconque. Il ne renvoie jamais les affaires à plus tard, ne perdant pas de vue que le temps a de la valeur, mais il ajoute toujours quelque chose à son programme de la journée.

Il est beaucoup plus facile de tout mettre de côté et de faire des projets immenses pour le lendemain. Il est si facile de se convaincre qu'on aura plus tard beaucoup de temps pour faire ces choses.

Faites aujourd'hui ce que vous devez faire aujourd'hui!