

Commerce, Finance, Industrie

LE COMMERCE ET LE

" PRIX COURANT ".

Très courtoisement, mais en termes énergiques cependant, un de nos confrères australiens se plaint des difficultés qu'éprouvent ses représentants à obtenir de certaines maisons du commerce de gros les prix et changements de prix des marchandises cotées pour le bénéfice des acheteurs de ces marchandises.

Après avoir cité l'exemple d'une maison de Sydney qu'il a fallu visiter six fois dans une même semaine pour obtenir le prix du marché d'une certaine marque de whisky il termine en disant: " Nous ne connaissons aucune autre partie du monde où les hommes d'affaires soient assez aveugles en ce qui concerne leurs propres intérêts pour se priver de l'annonce gratuite."

A Montréal, nous devons le dire à la louange des commerçants de gros, nous n'éprouvons nulle difficulté à obtenir les prix du marché et les renseignements concernant les différentes lignes de commerce. Nos rédacteurs reçoivent partout l'accueil le plus empressé et certains chefs de maisons, non des moindres, apprécient suffisamment " **Le Prix Courant** " pour y contribuer en quelque sorte en nous donnant eux-mêmes de précieux renseignements pour nos lecteurs.

Nous les remercions bien sincèrement de l'intérêt qu'ils portent à notre publication de cette façon, mais nous voudrions aussi qu'ils fassent davantage, moins encore pour nous peut-être que pour eux-mêmes et leurs clients.

Dans le commerce, comme d'ailleurs en tout, il existe des abus à corriger, des routines à déraciner, des négligences à réprimer, etc... Dans ce sens, nous avons à plusieurs reprises appelé l'attention de nos lecteurs sur la fréquence des retours non motivés de marchandises, sur la négligence des marchands à répondre aux lettres qui leur sont adressées, à retourner les billets envoyés à leur signature, etc... etc...

Nous demandons donc aux négociants de nous signaler les abus, les négligences et les fautes à corriger; à nous aider en un mot à faire l'éducation de ceux qui ont contracté des habitudes considérées comme mauvaises ou répréhensibles dans le cours ordinaire de leur commerce.

Quand certains faits de cette nature arrivent à notre connaissance, nous nous faisons un devoir d'attirer l'atten-

tion de nos lecteurs sur ces faits et de les prémunir contre leur renouvellement. Le commerce de gros en bénéficie et le commerçant de détail prévenu de ce qui peut faire échec à sa réputation et à son crédit profite également de nos avertissements.

C'est pourquoi nous demandons aux commerçants de gros, dans leur intérêt comme dans celui de leurs clients, de nous signaler, quand ils se présentent, certains faits qui pourraient faire le sujet d'articles intéressants et utiles pour le commerce en général.

D'un autre côté, nous avons, au début de ces lignes, abordé la question des prix courants du marché. Nos lecteurs du commerce de détail qui suivent attentivement nos listes de prix auraient peut-être quelques suggestions à nous faire à leur sujet; nous les prions de nous en faire part, ils peuvent être assurés que nous nous efforcerons toujours dans la mesure du possible, de leur donner la plus grande satisfaction.

Comme conclusion " **Le Prix Courant** " désire que les relations les plus étroites existent entre lui et ses lecteurs, c'est pourquoi il fait appel à leur concours dans un intérêt mutuel.

MADE IN CANADA

Les industries canadiennes méritent tous nos encouragements. Nos industries représentent du capital canadien et de la main-d'œuvre canadienne et souvent aussi l'emploi de matières premières provenant du sol canadien.

Le marchand qui provoque à la consommation des produits de l'industrie canadienne travaille à la prospérité de nos industries et, partant, à celle du pays; tandis que le marchand qui donne, dans ses achats, la préférence aux articles importés du dehors favorise l'industrie étrangère et lui fournit des armes contre nos propres industriels.

Le temps n'est plus où nous avions tout à apprendre de l'étranger, en matière de fabrication. Nous n'en voulons pour preuve que nos exportations de produits manufacturés qui, en 1881, au lendemain de l'adoption de la politique de protection, n'étaient que de \$3,075,095 et progressivement se sont élevées à \$20,624,967 en 1903.

Nous ne produisons évidemment pas tout ce que nous consommons et jamais nous ne pourrions nous passer de certains produits du dehors. C'est un fait

que nous n'avons aucun besoin d'expliquer tellement il apparaît clair de lui-même.

Mais dans ce que nous produisons, il est des articles qui ne craignent nullement la comparaison avec les produits similaires de l'étranger et cependant, on voit encore malheureusement ce préjugé trop répandu chez les consommateurs et même chez certains marchands que ce qui se fait au dehors est supérieur à ce qui se manufacture ici.

C'est un préjugé qu'il faut combattre pour qu'il n'en subsiste plus aucune trace. Sous ce rapport, disons-le de suite, il s'est fait de grands progrès, grâce à l'esprit d'entreprise des manufacturiers qui ont compris que, s'ils ne pouvaient s'emparer du marché national qui doit leur revenir de droit, c'en était fait de leurs entreprises et de leurs capitaux.

Ils ont exploité très intelligemment le " **Made in Canada** " et leurs marchandises, leurs produits prennent chaque jour une place plus marquée dans la consommation canadienne. Il faut dire aussi que nos industriels se lancent continuellement dans la voie du progrès et que leur outillage se perfectionne de plus en plus.

Autrefois on a pu dire qu'il se fabriquait beaucoup d'articles de qualité inférieure et surtout ceux là, mais aujourd'hui beaucoup de nos produits canadiens peuvent supporter avec avantage la comparaison avec les produits similaires étrangers.

Le marchand-détaillé devrait avoir pour principe d'aider avant tout l'industrie nationale et bien souvent il trouverait un avantage personnel à le faire.

Le " **Made in Canada** " estampé ou fixé sur une marchandise est généralement une recommandation par lui-même. Au lieu d'écarter sans examen une marchandise portant le " **Made in Canada** ", le marchand, comme le consommateur, ferait souvent acte de sagesse en lui portant une attention toute spéciale. Il en vaut la plupart du temps la peine.

LE BANQUET DES JOURNALISTES

Un oubli

Le premier banquet annuel des journalistes canadiens-français a été couronné d'un grand et légitime succès, les organisateurs méritent toutes nos félicitations car ce succès est en grande partie leur œuvre.