

fois que d'autres en profitent pour exercer impunément cette industrie bien moderne que l'on appelle le chantage.

Le chantage est l'abus de la liberté de la presse, comme l'ivresse est l'abus du bon vin. Restreindre la liberté de la presse pour empêcher le chantage, ce serait tomber dans l'erreur des prohibitionnistes qui, parce que quelques uns abusent du vin en s'enivrant, voudraient empêcher tout le monde de boire du vin. Dans l'un et l'autre cas, le remède n'est pas dans la suppression de la liberté, mais dans une action moralisatrice des meilleurs éléments de la société.

Que la société bannisse de son sein, moralement, l'individu qui s'enivre habituellement, cela produira beaucoup plus d'effet que la plus sévère prohibition. Lorsqu'un corps social quelconque a mis dans ses statuts que l'ivresse habituelle sera une cause d'expulsion, il n'est pas un de ses membres qui n'exerce sur son appétit pour la boisson une surveillance beaucoup plus efficace que s'il n'avait à craindre que la comparaison devant M. le Recorder.

La répression du chantage doit procéder du même principe. Prenons par exemple, le cas d'un journal de médecine qui, pour se faire une clientèle forcée, aurait recours à ce moyen méprisable ; il suffirait, pour le mettre à la raison, que les médecins, comme corps, lui intimassent que, à la prochaine faute, on se désabonnerait en masse. Ne serait-ce pas plus efficace qu'une poursuite devant les tribunaux, d'où le journal en question aurait toutes les chances de sortir acquitté, triomphant et plus audacieux que jamais ? Supposons qu'un journal veuille employer le chantage pour forcer les marchands à lui donner des annonces : comme, dans notre pays, ce sont les annonces qui font vivre un journal, il devrait y avoir assez d'esprit de corps parmi les marchands, pour qu'une entente pût s'établir entre eux pour couper les vivres à ce flibustier et le réduire par la famine à l'exercice forcé de l'honnêteté.

POUR LES ÉPICIERS

Montréal, 5 novembre 1894.

A Monsieur le Rédacteur
du PRIX COURANT.

Monsieur,

Vous m'avez demandé d'adresser quelques avis aux lecteurs du PRIX COURANT ; je crois sincèrement que vous vous êtes trompé d'adresse, ne

me connaissant pas les qualifications pour m'arroger un tel droit.

Appartenant à la classe commerciale dont votre estimable journal s'est toujours montré l'ami dévoué, je crois néanmoins, devoir faire part de quelques observations, lesquelles j'inviterais Messieurs les détailliers à bien étudier ; ces suggestions sont faites, dans le seul but de leur être utiles.

Quand et comment l'épicier doit-il acheter ? 1o Si votre capital est limité, choisissez une maison en qui vous avez entière confiance, ou, voyez à ce que vos achats soient divisés, parmi un nombre aussi restreint que possible de marchands ; votre clientèle prendra par ce fait, une importance qui forcera vos fournisseurs, à vous bien traiter pour la conserver.

N'achetez que les marchandises nécessaires à votre commerce, et pas plus que le besoin ; ne cédez pas aux sollicitations d'un marchand de gros, qui insistera sous prétexte de longs termes de paiement, etc., pour vous vendre une quantité de marchandises, excédant les exigences de votre commerce ; achetez en moindre quantité, et payez de manière à obtenir tous les escomptes possibles.

Ne cédez pas aux instances d'un marchand, qui voudrait vous vendre une ligne nouvelle de marchandises, pour laquelle vous n'avez pas eu de demande ; gardez votre argent pour renouveler votre stock et le tenir bien assorti, ce qui est d'une importance capitale, dans ce genre de commerce.

Méfiez-vous des commis-voyageurs peu consciencieux qui iront dans vos magasins, vous offrir des marchandises à un prix ridiculement bas, après avoir constaté que vous n'en avez pas de besoin, cela, dans le but de démontrer que la maison qu'ils représentent offre des avantages immenses ; c'est peu honnête, mais cela n'en existe pas moins ; les commis qui agissent ainsi ont autant de prix pour leurs marchandises qu'ils ont de clients ; ils basent leur prix sur les connaissances que peuvent avoir leurs victimes concernant les prix courants.

2o Si vous possédez un capital suffisant pour vous mettre à l'abri de tout embarras financier, vous devez, même dans ce cas, concentrer vos affaires entre un nombre aussi limité que possible de marchands, et ce, pour les raisons que je vais énumérer.

Une maison, qui aurait une part importante de votre patronage, vous traitera avec beaucoup plus de libé-

ralité et d'attention ; elle vous tiendra au courant des fluctuations des marchés ; vous préviendra à temps des hausses ou des baisses probables sur certaines lignes de marchandises, vous permettant d'augmenter ou d'écouler votre stock suivant le cas.

Si votre fournisseur vous avisait d'acheter ou de retarder vos achats, en prévision d'une hausse ou d'une baisse dans le prix, il est dans votre intérêt de prendre ces avis en bonne part, démontrant ainsi que vous avez en lui une confiance à laquelle il a droit ; si vous ne suiviez pas ses conseils n'allez pas lui faire l'injure de lui laisser voir que vous les croyez dictés par l'ambition personnelle.

Je pourrais citer un grand nombre de nos épiciers qui ont réalisé de jolies fortunes, en suivant les avis des marchands en qui ils avaient confiance, et d'autres qui végètent depuis dix ou vingt ans, pour s'être cru trop renseignés et trop savants pour accepter des conseils.

Ce qui est indispensable aux marchands en gros, n'est-il pas aussi nécessaire aux détailliers ? le marchand en gros est abonné à toutes les revues commerciales, reçoit une foule de publications, et est toujours bien aise de recevoir et même de demander des conseils aux manufacturiers et aux agents des produits étrangers.

Je conclus donc qu'il est absolument nécessaire à un détailleur d'être en relation avec son fournisseur aussi souvent que possible, de demander des avis, de s'abonner surtout à un ou plusieurs journaux publiant les prix courants, d'exiger ses comptes régulièrement, de les bien vérifier, et de faire remise à l'échéance, en ayant soin de profiter de tous les escomptes accordés.

Vérifiez les quantités et qualités des marchandises que vous achetez ; s'il arrive quelque erreur, faites vos réclamations le plus promptement possible, en ayant bien soin de ne pas insinuer au marchand que vous croyez qu'il l'a fait exprès, dans le but de vous tromper.

Donnez-vous toujours la peine de vous rendre chez vos fournisseurs, de visiter leur salle d'échantillons ; vous avez tout à y gagner ; vous y verrez l'assortiment complet et votre choix sera plus facile, tout en vous procurant l'occasion de vous rencontrer avec les patrons, de causer avec eux et de vous renseigner sur l'état des marchés.

H. LAPORTE.