

alors que nous ou nos descendants ne le voudront plus, à la fortune de l'Angleterre et de son empire.

Pour nous, mieux vaudrait étendre nos relations extérieures et prendre notre place sur les divers marchés du monde afin de nous créer les débouchés qui bientôt seront nécessaires à une production que, pour certains articles, l'Angleterre sera incapable d'absorber dans son entier.

Le Board of Trade, nous le répétons, a adopté une résolution platonique ; il aurait mieux fait de consacrer son temps à l'étude de mesures locales, qui sont plus urgentes qu'un traité commercial avec l'Angleterre et les colonies-sœurs.

L'INDUSTRIE ET LES GRANDS MAGASINS

Lorsque fut soulevée, devant le Parlement, la question des Grands Magasins et de la patente spéciale à leur appliquer, la *Réforme Economique*, pénétrant dans l'organisation commerciale de ces établissements, signalait certaines combinaisons auxquelles ils ont recours pour arriver à l'extrême limite du bon marché relatif auxquels ils peuvent vendre. Elle montra que ces moyens étaient fort ingénieux sans doute ; mais elle crut devoir mettre les fabricants en garde contre les exigences croissantes de ces gros acheteurs.

Rappelons les plans ordinaires :

Le grand magasin, par exemple, proposera à un fabricant de lui acheter tout ce qu'il produira pendant deux ou trois ans. Naturellement, il offre le plus bas prix, ce qui est conforme au principe même du commerce.

La plupart du temps, le fabricant accepte, séduit par la perspective d'avoir, pendant un certain temps, une vente assurée.

De ce jour, il est perdu.

Tant, en effet, que subsiste le contrat, le fabricant n'a pu alimenter sa clientèle, qui le quitte pour se porter vers ceux de ses concurrents qui ont conservé leur liberté. Le jour où le contrat a pris fin, le fabricant se trouve placé dans cette alternative :

Ou de se créer une clientèle nouvelle, ce qui est difficile, étant donné surtout que cette clientèle ne sera pas assurée contre l'éventualité d'un nouveau traité du fabricant avec quelque grand magasin ;

Ou de renouveler son contrat dans des conditions désastreuses.

Ce n'est plus lui, alors, qui est sollicité, c'est lui qui offre. Il peut, moins que jamais, dicter des conditions ; le voilà contraint de les subir ; et l'on devine si le grand magasin abuse de la situation.

Autres trucs :

Les grands magasins, malgré l'abondance de leurs capitaux et les disponibilités qui leur assurent la vente au comptant, visent surtout à faire le plus d'affaires possible avec le stock le plus réduit. Pour cela ils ne prennent la plupart des objets chers, les meubles, par exemple, qu'en consignment.

D'autres fois, ils ne font de commandes que sous la condition que la livraison aura lieu uniquement à l'époque et dans la proportion qu'il leur plaira de fixer. L'immobilisation de capital résultant du stock retombe donc non à leur charge, mais à la charge du fabricant. Le grand magasin joue le rôle d'intermédiaire réduit à sa plus stricte limite. Il prend d'une main pour vendre de l'autre à bénéfice, en limitant sa charge au strict minimum : opération licite, d'ailleurs, mais qui n'est point à l'avantage du producteur.

Un grand magasin a commandé des articles d'hiver, livrables, par exemple, le 20 décembre. Deux