

Commerce, Finance, Industrie

VOL. XXXIII

VENDREDI, 18 AVRIL 1902

No 16

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Publié par LA COMPAGNIE DE PUBLICATIONS COMMERCIALES (*The Trades Publishing Co.*), au No 25 rue St-Gabriel, Montréal.

Téléphone Bell - Main 2547
Boîte de Poste - - - 917

PRIX DE L'ABONNEMENT :

Montréal et Banlieue - \$2.00
Canada et Etats-Unis - 1.50
Union Postale - - frs. 15.00

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins qu'une année complète.

L'abonnement est considéré comme renouvelé si le souscripteur ne nous donne pas avis contraire au moins quinze jours avant l'expiration, et cet avis ne peut être donné que par écrit directement à nos bureaux, nos agents n'étant pas autorisés à recevoir tels avis.

Une année commencée est dûe **en entier**, et il ne sera pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages ne sont pas payés.

Nous n'accepterons de chèques en paiement d'abonnement, qu'en autant que le montant est fait payable **au pair** à Montréal.

Tous chèques, mandats, bons de poste, doivent être faits payables à l'ordre de "LE PRIX COURANT."

Nous nous ferons un plaisir de répondre à toutes demandes de renseignements.

Adresser toutes communications simplement comme suit :

Le Prix Courant, Montréal.

TEMPS des CREDITS EST PASSE

Les beaux jours sont revenus, beaux jour pour les ouvriers du port, avec la réouverture la navigation ; beaux jours pour les ouvriers du bâtiment, avec la reprise des travaux de construction ; en un mot, beaux jours pour tous, commerçants et industriels.

C'est surtout aux détailliers que nous adressons ces quelques lignes, afin de leur rappeler qu'ils doivent profiter, dans toute la mesure possible, du temps où tout le monde travaille, c'est-à-dire où chacun gagne sa vie.

Le marchand doit gagner la sienne et amasser, comme le fait la fourmi, pendant la saison chaude.

Ce qui tue le marchand, c'est le crédit qu'il fait, que, souvent même il est contraint d'accorder. Mais le crédit doit avoir une limite. Comme nous l'avons souvent répété ici même, il doit prendre fin quand celui qui en a été l'objet est en mesure d'éteindre sa dette.

Les commerçants sont, cette année, exceptionnellement favorisés par l'arrivée hâtive du printemps ; leurs débiteurs que leur métier, ou leur défaut de métier, condamnent à chômer l'hiver, reprendront, ou même ont déjà repris leurs travaux plus tôt que de coutume. C'est donc plus tôt également que les marchands devront, cette année, faire rentrer les crédits. Pour les détailliers de Montréal, nous les aviserons de surveiller de très près les rentrées avant le 1er mai, époque des déménagements. Tous les ans, les commerçants perdent des sommes assez rondes pour n'avoir pas suffisamment ouvert les yeux sur leurs débiteurs qui changent de domicile et oublient parfois volontiers de laisser leur nouvelle adresse.

Les marchands devront, en tous cas, être moins tentés d'ouvrir de nouveaux crédits aux ouvriers, alors que ceux-ci travaillent et reçoivent un salaire. Ils devront se souvenir

des paroles que prononçait, il y a quelque temps, le Président du Syndicat des épiciers et bouchers de Chicago, dans sa conférence "sur ce que doit être un bon détaillant ?" Il terminait sa conférence par ces mots.

"Parfois, les circonstances, les conditions, les emplacements, peuvent changer certaines intentions, cependant on devrait prêter plus d'attention à deux mots des plus simples et des plus fréquemment employés dans le commerce : "Oui" et "non". Mots qui n'ont aucun lien entre eux, mots desquels dépend la réussite ou la faillite ; et peut être beaucoup d'entre vous, une fois par hasard, ont-ils pensé que la vie et la mort dépendaient de ce "oui" ou de ce "non" !

"Même sans certaines circonstances il n'est pas nécessaire de beaucoup de force, de courage et d'adresse pour appliquer convenablement ces deux mots ; pour savoir et pour déterminer sous l'impulsion du premier moment, quand l'occasion se présente, ce mot "oui" pour les affaires au comptant ; et énergiquement, sans hésitation, sans crainte des conséquences, dites "non" si l'on vous demande à crédit. C'est encore une des nécessités, un des besoins les plus essentiels, pour réussir et devenir un bon détaillant."

Nous n'irons pas aussi loin, car il existe de bons crédits ; nous dirons, par exemple, qu'il est toujours bon de les surveiller, même les meilleurs. Nous ajouterons encore que, chaque fois que le détailleur pourra opérer la vente au comptant, il devra bien se garder d'offrir, comme le font parfois des marchands, de faire crédit. Ce qui vaut, c'est l'argent reçu et non le chiffre des ventes à collection. Il y a longtemps que l'a dit le fabuliste :

[Un tiens vaut mieux que deux tu l'auras.]

L'un est sûr, et l'autre ne l'est pas.