

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publications des Marchands Détailliers
du Canada, Limitée.

Téléphone Est 1185.

MONTREAL.

Echange reliant tous les services:

Montréal et Banlieue . . \$2.50

ABONNEMENT: Canada et Etats-Unis . . 2.00 PAR AN.

Union Postale, Fra. . . 20.00

Bureau de Montréal: 80 rue St-Denis.

Circulation amalgamée

Le Prix Courant,
Le Journal des Marchands-Détailliers,
Liqueurs et Tabacs,
Tissus et Nouveautés.

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année.
A moins d'avis contraire par écrit, adressé directement à nos bureaux, 15 jours au moins avant la date d'expiration l'abonnement est continué de plein droit.

Toute année commencée est due en entier.

L'abonnement ne cesse pas tant que les arrérages ne sont pas payés.

Tout chèque pour paiement d'abonnement doit être fait payable "au pair à Montréal."

Chèques, mandats, bons de poste doivent être faits payables à l'ordre de "Le Prix Courant."

Prière d'adresser les lettres, etc., simplement comme suit:

"LE PRIX COURANT," Montréal.

Fondé en 1887

LE PRIX COURANT, vendredi 30 juin 1916

Vol. XXIX—No 27

La Représentation Commerciale Canadienne à l'Etranger

C'est faire preuve de la plus élémentaire sagesse que de se demander quels sont les voies et moyens propres à nous assurer le rang économique extérieur auquel nous donne droit notre qualité de pays producteur et que nous avons laissé échapper par l'infériorité de nos méthodes et notre singulière indifférence en matière de choses extérieures.

Demandons-nous comment faire connaître au dehors nos produits, leur valeur, leur infériorité, leur parité ou les causes de leur supériorité de prix sur les produits concurrents; comment étudier les procédés et les moyens d'action de la production étrangère?

Il y a, pour atteindre ce but, plusieurs modes. Le catalogue et la publicité; l'intervention du commissionnaire; la succursale, et enfin, le voyageur.

Le catalogue et la publicité représentent, assurément, un excellent instrument mais ils sont un adjuvant plus encore qu'un moyen de forcer la clientèle. Entre le fait de posséder un catalogue, quelque beau et copieux soit-il, et la sollicitation directe du représentant, c'est à cette dernière qu'ira toujours la faveur de l'acheteur.

Loin de notre pensée de nier le rôle joué par le commissionnaire dans notre vie économique extérieure. Ce rôle vaste et infiniment bienfaisant, d'autant plus qu'il se double le plus souvent d'une intervention financière, soit comme "du-croire," soit sous toute autre forme, et qu'il supplée ainsi, dans une appréciable mesure, à ce défaut, chez nous, si souvent dénoncé, de "Banque d'Exportation", défaut qui a pesé d'un poids bien néfaste sur notre action commerciale au dehors, alors que, pour la raison contraire, il facilitait à un très haut degré celle des concurrents, et principalement celle des Allemands. Mais le champ d'action du commissionnaire est, il ne faut pas l'oublier, limité par

sa diversité même. Il ne peut s'attaquer spécialement à tel ou tel compartiment. Son influence sur le producteur est faible, le plus souvent nulle. Elle ne peut contribuer que bien médiocrement à avertir, à armer ce dernier dans sa lutte contre le concurrent étranger. Enfin, le commissionnaire est avant tout un commerçant. A ce titre, il est d'abord soucieux d'assurer la prospérité de sa firme; et ce souci, très légitime assurément, est couramment poussé jusqu'à demander à ce même concurrent ce que le producteur canadien ne peut fournir aussi vite ni aussi bon marché. Enfin, le commissionnaire, de par son statut même, ne saurait aborder les grosses affaires spéciales, celles qui nécessitent des connaissances techniques et des immobilisations de capitaux et qui, ainsi, relèvent seules de la grande industrie à laquelle elles se rattachent. L'action du commissionnaire contribue puissamment, sans doute, au rayonnement économique du pays: elle ne saurait prétendre à l'assurer intégralement.

L'instrument par excellence dans l'ordre d'idées qui nous occupe ici est la succursale, ou l'agence. Mais ce sont des outils infiniment coûteux, nécessitant à la fois un personnel doublement sûr et averti par le fait seul qu'il opère au loin, et comportant une mise de fonds qui seule suffit à faire de ce mode l'apanage restreint de quelques très grosses maisons.

Reste le voyageur qui, lorsqu'il est consciencieux et instruit, représente le véritable véhicule de l'expansion économique d'une production nationale.

Or, les rapports des consuls sont unanimes sur ce point: le formidable développement mondial de l'action commerciale allemande, en ces dernières années, tient, pour une part majeure, au nombre, à la valeur, aux qualités de ses voyageurs; de même que notre piétinement, donc notre recul devant les progrès de nos rivaux, a pour cause la rareté des nôtres, sinon leur incapacité, laquelle est hors de question.

VOS CLIENTS LE CONNAISSENT COMME ETANT

"Continuellement bon"

VENDU PAR VOTRE MARCHAND EN GROS

TABAC

STAG

A CHIQUER