

# LE PRIX COURANT

(THE PRICE CURRENT)

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Propriété Immobilière, Etc.

EDITEURS :

LA COMPAGNIE DE PUBLICATIONS COMMERCIALES  
(The Trades Publishing Co.)

25, Rue Saint-Gabriel, - MONTREAL  
TELEPHONE BELL MAIN 2547

ABONNEMENT MONTREAL ET BANLIEUE - \$2.50 PAR AN.  
CANADA ET ETATS-UNIS - 2.00  
UNION POSTALE - - Frs 20.00

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 de tels avis.

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

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

Adresses toutes communications simplement comme suit :

LE PRIX COURANT, Montréal.

## LE COMMERCE DES FETES

Trois semaines à peine nous séparent des fêtes de Noël, bientôt suivies de celles du Jour de l'An. Les commerçants de détail commencent à prendre leurs dispositions et à s'approvisionner pour le commerce spécial des articles de cadeaux et d'étrennes.

Nous ne saurions trop leur recommander d'user de tous les moyens dont ils disposent pour activer les ventes pendant les derniers jours de l'année.

A l'époque des fêtes chacun desserre plus volontiers les cordons de sa bourse, chacun semble avoir des accès de dépense et de générosité qui créent des besoins inaccoutumés dont les commerçants avisés profitent largement. Trop de marchands, cependant, d'une nature peu remuante voient passer les fêtes de Noël et du Jour de l'An, sans que leurs ventes augmentent de façon quelque peu sensible.

A notre avis, il n'est aucun genre de commerce, ni aucun commerçant qui ne doive profiter de ces jours de fête pour ce qu'on veuille faire un effort pour attirer la clientèle.

Nous recommandons d'une façon toute particulière les étalages dans les vitrines pendant les journées qui vont suivre. Il sera bon de les changer souvent, de les rendre attrayants, de n'exposer que des articles frais, nouveaux, qui puissent exciter quelque convoitise dans l'esprit des passants; des articles, aussi qui ne soient pas communément offerts au public en dehors de l'époque des fêtes.

A propos des achats à faire, nous recommanderons aux détaillants de s'attacher surtout à la variété, de ne pas trop acheter de marchandises dans une même ligne, dans un même genre d'articles, mais bien de diversifier autant que possible.

Il faut bien se souvenir que si un objet peut plaire à un acheteur, il peut déplaire à dix autres. D'ailleurs, une grande variété d'articles donne à l'acheteur en perspective, l'idée de choix. On voit d'un magasin qu'il est "bien monté"

si dans sa vitrine on voit des articles différents en nombre suffisant. On aura l'idée contraire d'un magasin où l'étalage sera pauvre en articles variés.

L'époque des fêtes n'est guère celle où l'on peut offrir des marchandises au rabais; comme la plupart du temps les articles achetés à ce moment sont pour être offerts comme cadeaux, le marchand doit comprendre que l'acheteur ne recherchera que des articles frais, neufs, non démodés ni défraîchis; ce serait donc une erreur de les lui offrir.

Il faut réserver les ventes d'occasion pour les jours où le commerce décline. Il y a toujours, après les fêtes, des marchands qui alimentent les affaires en faisant des ventes au rabais et se débarrassent d'un surplus de stock ou de marchandises défraîchies; ce sont eux qui ont raison. Mais il faut remarquer que ces commerçants habiles se gardent bien de gâcher les prix pendant les ventes des fêtes de Noël et du Jour de l'An. Ils tirent tout le parti possible de leurs ventes au point de vue des prix, alors que l'acheteur n'est pas d'humeur à lésiner.

## NOS EXPORTATIONS DE BEURRE ET DE FROMAGE

La saison d'exportation des produits de l'industrie laitière a pris fin la semaine dernière avec le départ de notre port du dernier vapeur océanique.

Nous donnons ci-dessous, d'après la "Gazette" de Montréal les chiffres d'exportation du beurre et du fromage, desquels il ressort que pour le fromage, notre exportation a été cette année la plus faible depuis 1902 et il faut remonter à l'année 1896 pour trouver une autre année d'exportation moindre qu'en 1908. En d'autres termes, dans les douze années précédentes, on ne trouve que deux fois, en 1902 et en 1896, un chiffre d'exportation inférieur à celui de 1908.

La raison de cette diminution provient d'une diminution dans la production du lait dont la cause principale a été la sécheresse.

Pour le beurre, notre exportation a été plus forte de 26,643 paquets qu'en 1907, mais moins forte de 63,905 paquets qu'en 1896, la plus mauvaise année d'exportation de la période de 1896 à 1906, ces deux années incluses.

La rareté du lait, l'augmentation de la consommation domestique qui ont tenu les prix élevés ont été deux obstacles à une plus forte exportation de nos beurres.

Fromage	
Boîtes.	
1908	1,845,898
1907	2,029,209
1906	2,227,838
1905	2,121,101
1904	2,114,639
1903	2,395,932
1902	2,109,171
1901	1,791,613
1900	2,077,000
1899	1,896,496
1898	1,900,000
1897	2,102,985
1896	1,726,237

  

Beurre	
Paquets.	
1908	93,415
1907	66,773
1906	361,400
1905	673,449
1904	490,300
1903	338,277
1902	639,845
1901	410,000
1900	250,000
1899	451,050
1898	270,000
1897	200,000
1896	157,321

## Ports de destination

Le tableau ci-dessous indique les différents ports sur lesquels ont été expédiés les produits de l'industrie laitière pendant la saison qui vient de prendre fin, avec, en regard, les chiffres pour 1907.

Fromage		
Expéditions de Montréal:		
	1908.	1907.
Liverpool	385,924	487,729
London	842,416	865,992
Bristol	364,694	383,998
Glasgow	67,149	95,272
Manchester	59,202	45,370