LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Du Commerce, de la Finance, de l'Industrie, de la Propriété foncière et des Assurances.

BUREAU: No 99, rue St-Jacques, Montréal

ABONNEMENTS:

Montréal, un an.....\$2.00
Canada et Etats-Unis..... 1.50
France.....fr. 12.50

Publié par

La Société de Publication Commerciale

J. MONIER, Directeur.

F. E. FONTAINE, Gérant.

Téléphone Bell, 2602.

Téléphone Fédéral 708.

Les bureaux du PRIX COURANT sont maintenant au No 99, rue St-Jacques, Montréal, coin de la Place d'Armes.

MONTRÉAL, 17 JUILLET 1891

EPICERIES

La récolte de pêches dans la péninsule Delaware paraît devoir être la plus abondante de mémoire d'hommes. On l'évalue à environ 6,000,000 de paniers.

Ceux qui mettent du sucre dans leurs vitraux devraient choisir un papier bleu, bien glacé et verser le sucre dessus sans le presser ni le secouer; il paraîtra plus "grainé" si on le laisse tel qu'il est tombé sur le papier. Tâchez de lui donner la forme d'une pyramide.

Il ne faut pas trop encombrer le magasin de boîtes vides (ou pleines). Ce qu'il faut surtout, c'est que le client et l'épicier aient tout l'espace nécessaire pour leurs mouvements.

Refaites de temps en temps les vitraux du magasin en changeant les objets exposés. Il ne faut pas laisser un article plus de quinze jours de suite en exposition. Vous trouverez ainsi moyen d'exposer, tour à tour, toutes vos marchandises et vos vitraux auront toujours une nouvelle attraction pour les passants et pour vos clients. La variété plaît toujours mieux que la monotonie.

Clientèle — "Je voudrais un de ces globes de lampes incassables que vous annoncez dans les journaux."

Commis — "Je le regrette beaucoup, madame; mais un accident nous est arrivé ce matin, les caisses où étaient ces globes ont été renversées et tous les globes sont brisés!"

Un homme d'affaires — nous disait l'autre jour: J'achète mes épicerie dans un magasin, rue Ste Catherine, où l'on me vend les liqueurs presque au prix coûtant. Je profite des chances qu'on m'offre; mais croyez-vous que je ne blâme pas, tout en profitant de sa folie, l'épicier qui ne sait pas gagner sa vie en faisant son commerce?

Les épiciers de St Hyacinthe se

sont formés en association pour réglementer le prix des liqueurs. Bravo! Que ceux de Trois-Rivières, Sorel, etc., suivent cet exemple.

Les autorités de l'état de Massachusetts ont pris une poursuite contre une importante maison de gros de Boston, MM. S. S. Pierre & Cie, pour avoir vendu des articles nuisibles à la santé. Il s'agit de petits pois français en boîtes, dont la belle couleur verte est due, dit-on, à l'emploi de l'arsenic. La décision qui va être rendue dans cette affaire intéressera certainement nos lecteurs et nous aurons soin de la leur faire connaître.

A Philadelphie, l'association des épiciers assure les chevaux de ses membres. C'est une excellente idée, qui mériterait d'être mise en pratique ailleurs. Bien entendu cette assurance est faite au moyen d'un fonds spécial auquel doivent contribuer les assurés.

Les épiciers de Montréal et des environs sont priés de ne pas oublier que le pique-nique annuel de l'association a lieu mercredi, le 5 août prochain, à Berthierville.

M. Pierre Doucette, de la maison Doucette & Cadotte, ainsi que M. Z. Dubois, marchands de fruits en gros au marché Bonsecours, se sont embarqués dimanche, à 3 heures, par le bateau de Québec en destination du lac St Jean et du Saguenay, pour contracter avec les marchands de bluets. Ils espèrent faire un bon commerce de ce fruit cette année. Nous leur souhaitons un bon voyage.

LES SUCRES

D'après les dernières nouvelles des pays de production, la récolte de l'année paraît devoir être abondante. A Cuba les opérations des usines ont été suspendues récemment, non pas faute de canne à écraser, mais par suite de la difficulté de se procurer la main d'œuvre nécessaire. La récolte de betterave en Europe, d'après le statisticien qui fait autorité en la matière, M. Licht, promet un rendement plus élevé de 10 p.c. que celui de l'année dernière.

Au Canada, l'usine de Farnham compte sur une récolte de 20,000 à 25,000 tonnes de betterave à travailler cet automne, et la prime accordée par le gouvernement fédéral est considérée comme suffisante pour garantir la fabrication avec un profit dès que l'on aura la quantité de betteraves requise. Le fait que la prime n'avait été promise que pour cette année avait un peu inquiété les propriétaires de cette usine, mais nous croyons savoir que le gouvernement a donné l'assurance que, si la fabrication de cette année est satisfaisante et que les propriétaires se décident à continuer, la prime sera continuée les années

suivantes. M. Musy, le directeur de l'usine, vient de partir pour la France pour consulter ses patrons à ce sujet.

Il faudra, bien entendu, que cette industrie prennent des développements considérables avant qu'elle puisse être un facteur dans les cours du sucre au Canada.

Puisque nous sommes à parler des sucres, nous ferons remarquer que le gouvernement a rogné peut être un peu trop la protection accordée à nos raffineurs. Une protection de 8710èmes de centin par livre risque de mettre les localités éloignées des raffineries en mesure d'acheter aussi bon marché à New-York qu'à Montréal, car si nos raffineries ont ici l'avantage du fret sur l'article raffiné, les raffineries de New-York ont l'avantage du fret sur le sucre brut, ce qui, en égard à la différence de volume, fait plus que compenser. Il faut aussi tenir compte du fait que les raffineries des Etats Unis étant syndiquées en une seule corporation sous le nom de l'Association Nationale Américaine des Raffineries de sucre, ont des frais généraux moindres que les nôtres et pourraient, à un moment donné couper les prix et vendre à meilleur marché que nos raffineries pourraient le faire.

Nous sommes par conséquent d'opinion, comme nos raffineries n'ont pas jusqu'ici abusé de la protection, qu'on augmentât un peu la marge étroite qui leur est laissée, afin de les mettre à l'abri de toute tentative de la part des Etats-Unis de faire de notre marché un *slaughter market*.

Le ministre des Finances aura l'occasion, d'ici à la fin de la session, de reviser plusieurs des récents changements au tarif, et il pourrait en profiter pour augmenter les droits sur le sucre raffiné à, au moins, 1 c. par livre.

Un résultat de la compétition

La compétition est l'un des éléments du commerce que l'on classe parmi les plus influents. Outre qu'elle suscite et met en opération les conditions qui font le commerce équitable entre le marchand et le consommateur, elle pousse l'inventeur et le manufacturier à tenter de surpasser ce qui existe et elle fait ainsi tourner la roue du char du progrès. Mais la compétition, parmi tous ces avantages, produit un résultat qui mérite la peine d'être étudié. Elle développe dans la nature humaine une qualité que peu d'autres conditions font naître et que l'on ne s'avoue que rarement. C'est la crainte de la supériorité d'un rival en affaires, ou pour parler plus clairement, la jalousie.

Il y a peu de marchands qui ne l'aient pas ressentie à un mouvement quelconque de leur carrière commerciale et qui n'aient souffert des actes de folie qu'elle a fait commettre. Cependant, la jalousie en affaires se développe surtout chez les jeunes gens qui ont plus de confiance dans leurs propres mérites que de discrétion. Il leur ar-

rive de découvrir, après une courte expérience des affaires, que la compétition est le plus grand obstacle à leur succès et qu'elle est plus forte qu'ils ne s'y attendaient. Le site de leur magasin peut être très choisi et les profits assez bons, mais ils découvrent qu'un autre marchand est très populaire parmi les consommateurs et qu'il est difficile d'attirer leur attention. Le nouveau marchand découvre bientôt que cet habile rival est le seul homme du voisinage pour lequel il ne ressent pas de sentiment amical, et, sous l'impulsion du désappointement, il s'oublie quelquefois à exprimer ses sentiments en présence de clients, ou à déprécier la valeur des marchandises de son rival.

Ces dénigrement, non seulement n'atteignent pas le but désiré, mais ils sont de très mauvais goût et témoignent d'une nature peu noble. Personne ne sait aussi vite découvrir un défaut de ce genre qu'un client nouveau et rien n'est plus propre à lui faire perdre confiance aussi vite que d'entendre un marchand déprécier les marchandises de son voisin ou se livrer à des personnalités.

De tout temps, ceux qui ont le mieux réussi en affaires sont ceux qui se sont tenus au principe d'une compétition franche et honnête. Ce qui ne veut pas dire qu'on doit laisser les compétiteurs se servir impunément de moyens déshonnêtes. Un marchand qui est mort l'autre jour, laissant des millions comme preuve de sa sagacité en affaires, avait l'habitude de dire:

"Lorsque quelqu'un vous donne un soufflet, il ne faut pas lui tendre l'autre joue, mais, au contraire, le chatier immédiatement!" Ceux qui ont la mauvaise habitude de dénigrer leurs compétiteurs n'ont pas besoin d'être châtiés; ils s'infligent eux-mêmes leur châtement aux yeux des gens impartiaux.

Les marchands qui réussissent sont ceux qui se servent des moyens honnêtes de compétition, et s'efforcent d'augmenter le chiffre de leurs affaires en observant fidèlement les principes du commerce et en mettant en pratique des idées très libérales. Ils en imprègnent tellement tous les départements de leur établissement, que les clients ne peuvent faire autrement que de le constater.

LA FERMETURE DES MAGASINS

Etant donné que la fermeture des magasins à une heure raisonnable soit une chose à désirer, quels sont les moyens à prendre pour y arriver?

La coercition est assez difficile à proposer et encore plus à mettre en pratique. Il peut être parfaitement légitime d'obliger sous peine d'amende, des marchands à fermer leur magasin à partir de certaine heure; cela se fait pour les buvettes, hôtels et restaurants et c'est entré dans nos mœurs pour ce genre de commerce, tandis que le même genre de législation appliqué aux magasins de nouveautés paraîtrait tyrannique. Cependant la raison de la