

A part la perte directe en dollars et en cents, qui est le résultat naturel et le plus apparent de la réduction à outrance des prix, il y a d'autres sources de pertes vers lesquelles le coupeur de prix se trouve inévitablement entraîné. Le premier est la haine qu'il engendre entre concurrents, la perte de confiance entre voisins s'occupant d'un commerce similaire, en général, la création d'une attitude pessimiste envers tous ceux qui ont le malheur d'être engagés dans la même ligne d'affaires.

Quand un marchand coupe le prix d'un bon article de valeur reconnue, son concurrent, pour se protéger, coupe le prix davantage, puis les autres concurrents coupent à outrance, et c'est ainsi que s'engage une guerre de "réductions." Il en résulte des pertes pour tout le monde, et pas un de ces marchands ne reçoit l'approbation du public ou même l'avantage d'une réclama personnelle.

La réduction de prix entraîne également une augmentation des prix des manufacturiers ou du gros, au commerce de détail. Quand un manufacturier ou une maison de gros s'aperçoit que les détailliers réduisent continuellement leurs profits, cela les porte à croire que la marge de profit sur tel article dont on réduit le prix de détail, est trop considérable et qu'on devrait la réduire — il en résulte une augmentation du prix de gros qui affecte non seulement le commerce du coupeur de prix mais encore celui de tous ses concurrents.

L'autre point à considérer est le mauvais effet que produit la réduction à outrance des prix sur le crédit du "coupeur de prix". Dès que le manufacturier ou le marchand de gros apprend que le détaillier coupe continuellement ses prix sans merci, à l'encontre de ses intérêts apparents, il est porté à restreindre son crédit, vu que le "coupeur de prix" démontre qu'il manque d'une des qualités élémentaires essentielles au succès en affaires puisqu'il compte surtout sur le prix de vente et non sur son habileté comme vendeur pour faire des affaires.

Quelques "artistes" dans l'art de vendre "à prix coupés" se drapent du manteau de l'altruisme et proclament dramatiquement qu'ils font leur part pour "réduire le coût de la vie". Ne nous laissons pas décevoir, ce ne sont pas là des bienfaiteurs de l'humanité comme ils voudraient nous le faire croire—ce sont en réalité des pirates qui abusent de la confiance du public. Quand vous voyez une maison qui annonce à prix réduits des articles de valeur reconnue, prix souvent moindre que le prix coûtant du gros, et que cette maison semble prospère, vous pouvez tirer vos propres conclusions : De gros profits ne peuvent résulter de pertes continuelles—ces profits doivent forcément venir de quelque part. La perte sur les marchandises de valeur connue doit être compensée par des profits sur une quantité d'autres articles dont la valeur réelle est ignorée du public, si bien que le cher public, dupe de l'idée qu'il obtenait quelque chose pour rien, payait en fin de compte pour cette illusion en se faisant voler sur d'autres achats — vol contre lequel il protesterait s'il était à même de s'en rendre compte.

L'ALLEMAGNE PERD UN MONOPOLE

Le jour du monopole de l'industrie de la teinture détenu par l'Allemagne est passé. L'organisation d'usines dans d'autres pays, avec l'aide et la protection du gouvernement, assure une fourniture variée pour

l'avenir. Le Japon est entré dès à présent en lice.

Le gouvernement japonais a voté un subside pour toutes corporations ou maisons engagées dans la manufacture des teintures, pourvu que la moitié du capital soit souscrit par des sujets japonais.

La valeur artistique des industries japonaises dépend beaucoup des teintures, et avant la guerre cet approvisionnement venait principalement d'Allemagne.

Le montant des subsides permettra aux compagnies de payer un dividende de 8 pour cent sur le capital versé et les subsides seront donnés pendant dix ans. La manufacture de matière première pour la poudre sera considérée comme manufacture de teintures et de produits chimiques.

Voilà une aide gouvernementale précieuse à rendre jaloux les autres pays qui devraient bien s'inspirer des mêmes principes pour faire la lutte économique contre notre ennemie l'Allemagne.

L'EXPORTATION DU BLE CANADIEN EN ANGLETERRE

Sait-on au juste dans quelles proportions a augmenté l'exportation du blé canadien en Grande-Bretagne, au cours des soixante dernières années?

Le Bureau des Statistiques du Commerce, d'Ottawa, nous fournit à ce sujet des chiffres intéressants, dont voici quelques-uns.

En 1849, la quantité de blé produit dans la province du Canada et exportée en Grande-Bretagne était de 16,896 minots, d'une valeur de \$19,282.

Après la Confédération, en 1868, les exportations totales annuelles de blé du Canada n'atteignirent jamais sept millions de boisseaux, et les exportations de blé en Grande-Bretagne excédèrent, une fois seulement, cinq millions de boisseaux, soit : 5,048,084 boisseaux en 1887.

La première exportation de blé du Manitoba à l'Europe eut lieu en 1877; mais ce ne fut que quand la ligne du Pacifique Canadien fut achevée que le grain de l'Ouest commença d'être exporté annuellement.

Le premier train de grain, comprenant 16 wagons, de Manitoba à Montréal, quitta Portage-la-Prairie en décembre 1885, et la ligne du Pacifique-Canadien fut formellement ouverte au trafic l'année suivante.

De 1866 à la fin du siècle, les exportations de blé du Canada augmentèrent annuellement, mais n'atteignirent jamais 20 millions de boisseaux, la plus grande quantité ayant été de 18,963,107 boisseaux en 1898, dont 18,091,962 boisseaux furent exportés à l'Angleterre.

En 1902, les exportations totales de blé augmentèrent jusqu'à 26,117,540 boisseaux, et cette quantité, avec une diminution de temps en temps, a graduellement augmenté jusqu'en 1914, lorsqu'après l'excellente récolte de 1913, on a atteint le total de 120,426,579 boisseaux, dont 108,574,397 boisseaux furent exportés au Royaume-Uni.

LA BANQUE NATIONALE

Dans une autre partie du présent numéro, on trouvera le cinquante-sixième rapport annuel de la Banque Nationale qui ne laisse pas d'être brillant et de refléter l'état de prospérité qui caractérise cette importante institution.

Les profits de l'année s'élèvent à \$327,670., ce qui représente 16 2-5 pour cent sur le capital. C'est un résultat magnifique surtout dans les temps durs que nous avons traversés et il faut féliciter hautement ceux qui par leur sage direction ont pu mener dans une si bonne voie la Banque Nationale.