

ble; chacun a son compte, marchand comme client.

Un quart de pommes, un sac de patates ne représentent rien de défini, le quart ou le sac peut être plus ou moins rempli, et nul ne contestera que toutes autres conditions étant égales, le quart ou le sac qui contiendrait un poids de pommes ou de patates plus élevé qu'un autre quart ou un autre sac, vaudrait davantage. En conséquence, acheter un quart de pommes ou un sac de patates, c'est acheter à l'aveuglette, ce qui n'a rien de commercial.

On nous objectera qu'un sac de patates doit peser 80 livres et que, par conséquent, quand on achète un sac de patates, on achète 80. livres de patates. En principe, c'est vrai, mais qu'on mette tous les sacs de patates qui viennent au marché sur la balance et on verra combien de sacs ont le poids réglementaire.

Nous croyons que la question vaut la peine d'être étudiée sérieusement par les commerçants. Il y a là une question de justice pour l'acheteur et le vendeur et qui sait, si là n'est pas la fin du colportage des fruits et des légumes dans la Cité de Montréal.

LES MAGASINS DES SOCIÉTÉS COOPÉRATIVES

Un nouveau projet de loi, plus ou moins semblable à celui déjà présenté sur les Sociétés Coopératives, est devant le Parlement fédéral et sera discuté pendant la session actuelle.

C'est, au point de vue du commerce, un sujet trop important pour que nous n'y revenions pas et sur lequel nous ne devons pas craindre de nous étendre un peu longuement.

On a prétendu que le Parlement fédéral n'avait pas le droit de légiférer sur la matière; qu'en vertu de la Constitution, ce droit appartenait aux Provinces et aux Provinces seules. Nous laisserons de côté, tout au moins pour le moment, cet aspect de la question qu'il sera toujours temps d'examiner.

Demandons-nous plutôt s'il est opportun de favoriser la création de Sociétés Coopératives qui, dans l'industrie manufacturière, dans le commerce en gros ou dans le commerce de détail, jouiraient d'avantages que ne possèdent pas les autres Compagnies Industrielles ou Commerciales, ni même les commerçants et les manufacturiers opérant pour leur propre compte.

La loi relative aux Sociétés coopératives ne tend ni plus, ni moins qu'à créer un régime de faveur pour une certaine classe de producteurs et de distributeurs de marchandises, comme si les producteurs et les distributeurs actuels se trouvaient en défaut et qu'il fût devenu nécessaire de leur susciter des concurrents

privilegiés, afin de les ramener à la raison, en même temps qu'à l'accomplissement de leur devoir.

On ne reproche rien ouvertement aux commerçants et aux manufacturiers, mais les amis de la coopération ne se font pas faute de dire: "Avec les Sociétés coopératives l'ouvrier aura des marchandises de bonne qualité qu'il paiera moins cher?"

C'est dire que l'ouvrier, actuellement, paie ses marchandises trop cher et qu'il ne les obtient pas de bonne qualité.

Les coopérateurs ne doutent de rien. Ceux d'aujourd'hui tiennent les mêmes raisonnements que ceux d'il y a cent ans et que ceux qui, plus tard, en Angleterre, obtinrent les lois coopératives qui devaient mettre fin au chômage et procurer du travail à tous les ouvriers, engendrer l'harmonie entre le capital et le travail, abolir la misère et créer la richesse au sein de la pauvreté. En un mot, la coopération allait ramener sur terre l'âge d'or. La coopération a-t-elle tenu ses promesses? C'est ce que nous verrons par la suite.

C'est parmi les ouvriers que les coopérateurs cherchent et font des adeptes. Nous ne sommes pas trop surpris qu'un certain nombre d'ouvriers Canadiens voient d'un assez bon oeil le projet de loi sur les Sociétés Coopératives quand on leur promet que, grâce à ces Sociétés, ils pourront vivre à bon marché et faire des économies.

Est-il bien certain que l'ouvrier paierait moins cher ses marchandises, s'il les achetait dans une Société Coopérative que s'il les achetait chez le marchand de détail où il se fournit actuellement?

On dit à l'ouvrier: "La Société coopérative vous vendra la marchandise au prix coûtant." Dans ce prix coûtant, sont compris: le prix d'achat de la marchandise; 5 p. c. d'intérêt sur toutes les sommes versées par les coopérateurs; la valeur du loyer; les frais du personnel; l'éclairage; le chauffage; en un mot, tous les frais généraux qui incombent à la marchandise, et viennent en grever le prix. Tout comme le marchand, la Société Coopérative est obligée de tenir compte de ces frais, de même que de la perte de poids ou de qualité de certaines marchandises, de la casse, du coulage, etc...

Bref! la Société Coopérative doit employer les méthodes commerciales qu'emploient les marchands, il n'en existe pas de spéciale à son usage et, comme elle a tout autant de frais et même plus que le marchand, nous ne voyons pas comment elle pourrait vendre meilleur marché que lui.

Le marchand, nous dira-t-on, est dans l'obligation de prélever un profit pour se rémunérer de son travail et, par conséquent, d'ajouter un tant pour cent à son prix coûtant dans ce but, c'est ce que ne

fait pas la Société Coopérative qui, elle, ne prend pas de profit.

Nous avons vu plus haut que la Société devait prélever l'intérêt de l'argent versé par les coopérateurs, comme le marchand doit calculer l'intérêt du capital engagé dans son entreprise. La Société paie ses employés et, au nombre de ses employés, est compris le patron du magasin particulier. La situation est donc, dans les deux cas, assez sensiblement la même.

Admettons, cependant, que le marchand fasse 5 p. c. de profit sur ses ventes de plus que le magasin de la Société Coopérative; cela voudra-t-il dire qu'il sera obligé de vendre à sa clientèle 5 p. c. plus cher que ne le fait l'autre? Nullement.

Le marchand a un intérêt primordial à bien acheter. C'est son argent, qui est en jeu. Il sait ce qui convient à sa clientèle; il veille à son stock; il évite les pertes, le coulage; surveille ses employés afin qu'ils ne favorisent pas un acheteur à son propre détriment; il est continuellement sur la brèche et malgré tout, on compte les marchands qui font fortune.

Il est difficile de demander à ceux qui sont à la tête d'un magasin coopératif d'apporter le même intérêt, le même dévouement et le même zèle que montre ou déploie le marchand dans son propre magasin. Leur intérêt les pousse même parfois à aller à l'encontre de celui de la Société. Pour être coopérateur, on n'en est pas moins homme et, par conséquent, sujet à se laisser tenter et à succomber à la tentation. C'est pourquoi les Sociétés Coopératives ne vendent pas toujours des marchandises de première qualité, contrairement à ce qu'elles prétendent. Sous ce rapport, comme sous les autres, les consommateurs ont plus de garantie chez le marchand ordinaire qu'au magasin de la Coopérative. Le marchand va où il veut, il est libre d'acheter où bon lui semble et est certain d'en avoir pour son argent, il n'a de fournisseur attitré que celui qui le sert bien.

En est-il de même dans les Sociétés Coopératives de détail qui doivent acheter dans les Sociétés coopératives de gros, là où il en existe, ou, s'il n'en existe pas, chez les fournisseurs qui donnent des commissions aux acheteurs. commissions qui se remboursent soit par un prix plus élevé de la marchandise, soit par une différence entre la quantité de marchandises facturée et celle réellement livrée, soit encore par la livraison de marchandises d'une qualité inférieure à celle demandée.

Bien des gens, en principe favorables à l'idée de coopération, se demandent pour quoi tant de magasins coopératifs n'ont pu subsister.

Nous en avons assez dit pour répondre à cette question. Pour supplanter ce qui