

LE PRIX COURANT

Journal Hebdomadaire

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publication des Marchands-Détaillants
du Canada, Limitée,

Téléphone: Main 3272

MONTREAL.

Bureau de Montréal: 198 rue Notre-Dame Est.

ABONNEMENT { Canada \$3.00
Etats-Unis \$3.50
Union postale \$4.00 }

Circulation assermentée et audité par "Audit Bureau of
Circulations".

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une
année.

Toute année commencée est due en entier.

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

Chèques, mandats, bons de Poste doivent être faits paya-
bles à l'ordre du Prix Courant.

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

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887

MONTREAL, vendredi 14 janvier 1921

Vol. XXXIV—No 2

LA GREVE DES ACHETEURS

Il a été donné une publicité considérable par les quo-
tidiens à ce qu'on a dénommé "la grève des acheteurs".
Cette action de la part du public en général a causé un
malaise très sérieux dans les affaires des marchands de
gros et des détaillants et en a placé quelques-uns dans une
situation financière plutôt précaire.

Beaucoup de marchands ont protesté énergiquement
dans la presse et par leur conversation personnelle avec
leurs clients contre cette action de la part du public. Ils
ont souligné le fait que si le public persistait dans cette
grève des acheteurs, cela priverait bien des gens de travail
et que ce mouvement institué par le peuple se retournerait
contre lui. Cet argument serait efficace si le public
était organisé et s'il consentait d'une façon bien définie à
suivre une politique suggérée par les marchands. Mais, le
public n'est pas organisé et chaque individu agit plus ou
moins dans son propre intérêt. Les marchands devraient re-
connaître ce fait.

Les marchands de gros et de détail ainsi que les ma-
nufacturiers devraient défendre à tout membre de leur per-
sonnel de mentionner des expressions telles que celle de
"grève des acheteurs". Ils devraient donner l'impression
dans leurs entrevues, dans leur publicité et dans leur con-
versation générale que les affaires marchent bien. Rappe-
lons-nous qu'il n'y a rien comme le succès pour attirer le
succès. Les marchands devraient tenir leur clients bien in-
formés sur la tendance des prix. Ils devraient leur conseil-
ler d'acheter telles lignes et de s'abstenir d'acheter telles
autres. La seule chose qu'ils ne devraient pas faire, c'est de
se plaindre de l'attitude du public en général. Cela ne
fait que faire de la publicité au mouvement de grève des
acheteurs et ne tend qu'à en augmenter les proportions.

Les marchands devraient se tenir en relations étroites
avec les banquiers. Ils devraient faire toutes les économies
possibles et se placer dans une position financière solide,
mais, par dessus tout, ils devraient adopter une politique
énergique en ce qui a trait au stimulant des affaires. Qu'ils
fassent des ventes spéciales, si nécessaire, mais qu'ils n'an-
noncent pas que ces ventes sont faites par suite du refus
du public d'acheter. Ces ventes peuvent être attribuées au
besoin de réaliser de l'argent, ou à toute autre bonne rai-
son. Le marchand doit être attentionné aux valeurs de
remplacement.

Si les manufacturiers, les marchands de gros, et les
détaillants adoptent pareille politique, cela fera plus que
n'importe quoi pour stimuler les affaires.

CONTINUEZ VOS AFFAIRES, COMME D'ORDINAIRE

Si vous êtes dans un théâtre dont la salle est remplie
et qu'un homme après un autre se lève et rassure l'au-
dience en lui disant qu'il n'y a aucun danger et en lui de-
mandant de rester calme; si les acteurs s'arrêtent de jouer
pour faire des déclarations semblables vous serez à peu
près certain qu'il y a quelque chose qui ne va pas et vous
sortirez aussi vite que possible. D'autres suivront, et bien-
tôt, il y aura panique.

La même situation se présente aux commerçants d'au-
jourd'hui.

Le lendemain de l'armistice, nombre de marchands de
gros et de manufacturiers, ainsi que leurs voyageurs com-
mencèrent à protester hautement que les choses étaient
normales, que les prix ne baisseraient pas, et conseillèrent
aux détaillants de se charger de stock.

La Meilleure "Le Succès du Jour" *Elles*
Cigarette CIGARETTES *rappellent*
@ 15¢ MILLBANK *de bons profits*