

# 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'accepterions de chèques en paiement d'abonnement, qu'en autant que le montant est fait payable au pair 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. Adressez toutes communications simplement comme suit :

LE PRIX COURANT, Montréal.

## LES VOLS DANS LE QUARTIER COMMERCIAL

"Le Prix Courant", à différentes reprises, s'est fait l'écho des plaintes des marchands de gros de la partie commerciale de la ville et notamment de la rue St-Paul relativement à l'absence de protection contre le vol.

Les hommes de police manquent dans ce quartier et les voleurs ont beau jeu. A une certaine époque, nous avons signalé plusieurs vols qui ont eu lieu coup sur coup et qui auraient pu être évités avec un peu plus de surveillance.

Les choses n'ont guère changé depuis, et il est rare de rencontrer des hommes de police dans un endroit où tant de marchandises accumulées doivent nécessairement tenter les voleurs de profession.

Les choses ont tellement peu changé, que, pendant cette dernière semaine, les voleurs ont visité les établissements de MM. J. M. Douglas & Co. ainsi que les entrepôts de M. Hector Prévost d'où, nous dit-on, les cambrioleurs ont pu dévoter un coffre-fort.

Un coffre-fort n'est pas chose facile à enlever; il faut pour cela du temps et des moyens d'action qui permettraient, s'il y avait de la surveillance, aux policiers d'intervenir avant la perpétration complète du crime.

En conséquence, nous nous faisons de nouveau l'écho des commerçants pour recommander au Département de la police de faire surveiller d'une manière plus sérieuse le quartier du commerce de gros de la ville.

## COMPTOIRS DE MARCHANDISES A 5 ET A 10 CENTS

M. A. H. Hardy, de MM. Greenshields Limited, Montréal, attire notre attention sur un article qui a été publié dernièrement dans un journal commercial de New-York et nous en donne les extraits suivants :

Chaque magasin à départements devrait disposer régulièrement un comptoir à 5 et à 10 cents et y placer les nombreux articles

qui peuvent se vendre à ce prix. Les avantages d'un tel comptoir sont trop nombreux pour qu'on puisse les indiquer dans un espace restreint. Le nombre de ce genre de magasins déjà établis dans toute la campagne est une preuve qu'ils sont très profitables et que les magasins à départements récolteraient une plus abondante moisson en établissant de tels comptoirs. Là où le magasin à départements aurait un avantage marqué sur les autres magasins, (magasins à 5 et à 10 cents) ce serait en disposant d'un grand nombre de coupons qui sont restés trop longtemps dans le stock régulier ou qui sont devenus légèrement endommagés ou détériorés dans d'autres départements. Naturellement ce ne serait pas une bonne politique de débiter avec l'idée de créer un comptoir de débarras. Loin de là, car avec une intelligence moyenne et de la discrétion on pourrait toujours éviter pareille éventualité. Pre-que tout le monde oublie continuellement les moindres besoins d'un ménage et les comptoirs à 5 et à 10 cents sont excellents pour rafraîchir la mémoire. Une des particularités surprenantes sous ce rapport est la démonstration bizarre que ces stocks peuvent produire.

Il n'y a pas de fin aux arguments qu'on peut invoquer en faveur d'un tel département ou comptoir. Le profit est correct, les ventes sont promptes et quand ils sont mis en opération dans des magasins déjà établis, ils attirent la clientèle dans les autres départements.

M. Hardy dit que les comptoirs à 5 et 10 cents ont déjà été adoptés par nombre de détailliers au Canada ; mais qu'un plus grand nombre n'y a pas encore songé. Il ajoute que, dans ce pays, le système pourrait être adopté avec profit non-seulement par des magasins à départements, mais également par les patrons de magasins en général et par les marchands de marchandises sèches qui font un bon montant d'affaires.

MM. Greenshields Limited ont donné une attention spéciale aux articles convenables pour vendre à 5 et 10 cents, et deux de leurs départements sont spécialement bien équi-

pés pour cet objet, savoir : Les départements E et T. Les clients du département E qui désireraient créer des comptoirs à 5 et 10 cents trouveront des valeurs extra spéciales dans les articles utiles pour le ménage et il en est de même dans le département T qui comprend quelques articles de marchandises utiles et quelques modestes articles de luxe.

Ils seront heureux d'envoyer une liste de toutes les lignes spéciales qu'ils ont à offrir pour les comptoirs à 5 et 10 cents à tout marchand qui la demandera.

## LA PRODUCTION DU SAUMON EN 1905

L'emballage du saumon dans la Colombie Anglaise s'élève à un million de caisses en chiffres ronds. La Rivière Fraser y contribue pour 800,000 caisses, le reste provient des rivières Naas et Skeena, situées dans le nord. Puget Sound a produit de 600,000 à 700,000 caisses; c'est donc la première fois, depuis que la pêche a lieu dans les eaux des Etats-Unis, que cette province l'emporte sur les empaqueteurs du détroit Puget Sound. La raison de ce fait est assez curieuse, d'après le Commissaire J. P. Babcock, expert en matière de pêcheries, chargé par le gouvernement de s'occuper de cette grande industrie de la Californie. Il pense que le bas niveau de la Rivière Fraser est pour beaucoup dans l'éloignement du saumon de la région des eaux américaines. En raison du faible volume d'eau de la rivière Fraser cette année, le courant jaune d'eau fraîche n'a pas eu, dans les baies et les anses situées de l'autre côté, l'étendue qu'il a habituellement au moment du passage du saumon.

Le saumon aime à rester autant que possible dans l'eau fraîche et, cette fois, la quantité d'eau fraîche sur le côté des Etats-Unis a été faible.

M. Babcock fait maintenant un tour d'inspection des parcs d'élevage de la