

LE PRIX COURANT

Revue Hebdomadaire

COMMERCE, FINANCE, INDUSTRIE, PROPRIÉTÉ FONCIÈRE, ASSURANCE

Publié par LA COMPAGNIE DE PUBLICATIONS COMMERCIALES, (THE TRADES PUBLISHING CO'Y), 25 rue St-Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2547, Boîte de Poste 917. Abonnement : Montréal et Banlieue, \$2.00; Canada et Etats-Unis, \$1.50; France et Union Postale, 15 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire au moins 15 jours avant l'expiration, et ne cessera que sur un avis par écrit adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toutes communications simplement comme suit : LE PRIX COURANT, MONTRÉAL, CAN.

VOL. XXXI

VENDREDI, 22 FÉVRIER 1901

No 8

LES TRUCS DES GRANDS MAGASINS

Les choses ne se passent peut-être pas ainsi dans les grands bazars du Canada, néanmoins il est bon de signaler au fur et à mesure qu'on les découvre les moyens ingénieux peut-être, mais certainement peu honorables qu'emploient les propriétaires des magasins à départements, dits grands magasins, pour exploiter la clientèle, les fournisseurs et les industriels.

Laissons donc parler *La Réforme Economique*, de Paris, une Revue spécialement consacrée aux questions politiques, économiques et sociales et qui jouit d'un crédit bien mérité :

La création des grands magasins et la prospérité de la plupart d'entre eux correspond à une évolution économique contre laquelle il serait vain de vouloir essayer de lutter. Dans un avenir plus ou moins éloigné, ces établissements devront peut-être disparaître à leur tour devant une organisation nouvelle. Espérons que celle-ci sera, tout au moins, meilleure à certains points de vue pour les intérêts des producteurs. En attendant, ces derniers sont bien obligés de se conformer à certaines exigences qu'ils n'avaient pas à subir autrefois, et qui ne laissent pas d'être souvent fort onéreuses pour eux.

L'omnipotence des grands magasins doit-elle, toutefois, n'avoir aucune limite; et faut-il que l'industrie toute entière se plie aux fantaisies autoritaires des Directeurs de certains de ces établissements ?

Nous ne le pensons pas pour notre part.

Il y a près d'une année, nous écrivions ici même :

Les fabricants devraient comprendre qu'il est de leur intérêt, comme de leur dignité, de ne pas se laisser faire.

Nous savons combien les affaires sont difficiles et combien la concurrence est impitoyable; mais, enfin, il est des limites à la complaisance et au sacrifice. Non seulement les grands magasins sont en train de ruiner le petit commerce, ce qui est peut-être, hélas, une loi fatale, mais ils menacent aussi l'industrie, qu'ils accablent aux suprêmes sacrifices et ils la ravalent en exigeant d'elle des services qui attestent, en bonne conscience,

un peu trop d'humilité. Qu'il plaise, demain, aux grands magasins d'exiger quelque autre complaisance de leurs fournisseurs, ceux-ci veulent-ils céder encore? Vont-ils céder toujours ?

Le conseil d'énergie et de résistance que nous donnons sous une forme discrète aux industriels qui alimentent les grands magasins n'a-t-il pas été entendu ? Toujours est-il qu'il n'a pas été suivi. L'industrie a continué à subir docilement la loi de ces gros clients. Tout naturellement, les exigences ont augmenté, puisqu'on ne trouvait pas de résistance.

Depuis peu notamment, on en a élevé de nouvelles qui sont plus tyranniques encore que les précédentes, et qui semblent indiquer de la part de ceux qui les formulent, plus d'âpreté aux profits à recueillir que de souci de la correction et de la dignité.

* * *

Au début de telle campagne on avait accaparé à bon prix la fabrication de certains industriels pour un temps limité, à des conditions médiocrement avantageuses pour ceux-ci, mais, en somme, acceptables. Nous avons dit que les industriels qui se liaient ainsi les mains, perdaient peu à peu leur clientèle ordinaire et se trouvaient dès lors, à l'expiration de leurs contrats, obligés en quelque sorte, à le renouveler aux conditions moins avantageuses encore qu'il plaisait aux grands magasins de leur dicter.

Ceci du moins, ne dérogeait pas aux usages du commerce, qui est une lutte incessante.

On eut, ensuite, une autre idée se rattachant aux pratiques financières. Le fabricant recevait-il avis d'ajourner la livraison de la commande qui lui avait été faite, et se plaignait-il de ne pouvoir de la sorte recevoir à l'époque où il espérait le réaliser, le prix fixé, le grand magasin se mettait très obligeamment à sa disposition pour une pseudo-avance de fonds. Celle-ci,

bien entendu, ne se faisait pas gratuitement. Il fallait payer l'es-compte et le bénéfice espéré par l'industriel se trouvait réduit en proportion.

C'était un peu dur; mais cette fois encore, on pouvait dire que cette pratique—qui n'est pas d'ailleurs plus abandonnée que la précédente,—ne heurtait pas trop violemment les idées reçues en matière de transactions commerciales.

L'an dernier, on a fait un pas nouveau: et, cette fois, on s'est placé à un niveau fort inférieur.

On sait que, périodiquement, les grands magasins organisent des "expositions" spéciales.

Pour ne pas nous répéter, nous n'insisterons pas sur les procédés auxquels on a recours pour exiger du fabricant la fourniture "d'articles réclames" sur lesquels son bénéfice est à peu près nul.

Mais ces expositions amènent toujours, dans les magasins qui les organisent, un afflux extraordinaire de clientèle, d'où la nécessité d'un personnel momentanément plus nombreux pour répondre aux demandes.

Ce personnel supplémentaire, les grands magasins ont imaginé de l'exiger de leurs fournisseurs. On consent bien—peut-être changera-t-on quelque jour d'avis—à nourrir ce personnel, mais c'est tout: le fabricant n'est pas dispensé, pour le temps qu'il les prête, de payer le traitement de ses employés, bien qu'ils travaillent pour autrui.

Dire que le personnel ordinaire voit arriver ces intrus avec plaisir, serait excessif; car, ceux-ci bénéficient de la remise sur les ventes, "la guelte," diminuant ainsi la part proportionnelle du personnel fixe. Mais le grand magasin y trouve un double bénéfice: avoir des employés qui ne lui coûtent rien et échapper aux prescriptions de la loi qui les impose suivant le chiffre de leur personnel, car ces employés supplé-