

# LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

La Compagnie de Publications des Marchands Détailliers du Canada, Limitée,

Téléphone Bell Est 1185.

MONTREAL.

ABONNEMENT : Montréal et Banlieue, \$2.50 }  
Canada et Etats-Unis, 2.00 } PAR AN.  
Union Postale, - Frs. 20.00 }

Bureau de Montréal : 80 rue St-Denis.

Bureau de Toronto : Edifice Crown Life, J. S. Robertson & Co., représentants.

Bureau de Chicago : 215 rue South Market, Emmet C. Boyles, représentant.

Bureau de New-York : 903-904 Tribune Bldg., E. F. Olmsted, représentant.

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année. A moins d'avis contraire par écrit, adressé directement à nos bureaux, 15 jours au moins avant la date d'expiration, l'abonnement est continué de plein droit.

Toute année commencée est due en entier.

L'abonnement ne cesse pas tant que les arrérages ne sont pas payés.

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

Chèques, mandats, bons de poste doivent être faits payables à l'ordre de "Le Prix Courant".

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

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887.

LE PRIX COURANT, Vendredi, 15 Août 1913.

Vol. XLVI — No 33

## LA CONSCIENCE COMMERCIALE

La dernière décade a été témoin de deux grands mouvements portant directement sur notre vie politique et sociale. Leur genèse remonte aux premiers âges de l'humanité. Ils se sont développés aux différentes époques et, si on a ressenti leurs effets, on ne les a pas toujours approfondis.

Le premier que nous signalons comme la "conscience économique" a pour effet de restreindre la perte de nos ressources naturelles. Le second pourrait s'appeler la "conscience sociale" et a pour but de restreindre la ruine de l'humanité. Nous sommes maintenant à la veille de faire face au réveil d'un autre géant depuis longtemps en léthargie et que nous appellerons la "conscience commerciale." Il nous confrontera avec un gaspillage d'hommes et de choses dans le sens des affaires. L'histoire industrielle des nations est excessivement intéressante parce qu'elle révèle la puissance d'intelligence éveillée lorsqu'il s'agit de surmonter de sérieux obstacles, et, au cours des cinq dernières générations, nous avons soutenu une lutte égale avec les concurrents domestiques et étrangers. Mais cette lutte pour l'expansion et la position ne nous a pas permis de consacrer au commerce et à ce qui s'y rapporte cette étude technique qui nous aurait assuré la science dans le commerce. La non observance des petites choses ordinaires au commerce est un des traits caractéristiques de notre nation et, quoique capables de concurrencer efficacement dans la production et la vente, cette non observance dans les petites choses a permis à certaines pratiques de s'introduire et de se développer dans nos relations commerciales. Nous les voyons maintenant un peu partout et nous commençons à les sentir comme autant de fardeaux.

C'est la tendance des lois naturelles qui veut qu'un travail initial soit habituellement extensif ; mais si chaque nouvelle année apporte un surplus de population, une plus ardue concurrence, et un plus grand besoin de convertir en profit ce qui jusque-là était allé à la perte, c'est le moment d'inaugurer le travail intensif. Il paraît que nous approchons rapidement de cette condition où il faudra que les hommes d'affaires s'occupent des choses ordinaires et des petits détails du commerce, et s'appliquent scientifiquement à faire un succès dans tous les genres d'industries.

C'est ce qu'accomplira le "réveil de la conscience commerciale." Il faudra voir les hommes d'affaires plus attentifs à leurs actions et plus consistants sous le rapport du traitement à décerner à ceux par qui et avec qui ils transigent. La conscience commerciale dira aux hommes que les ventes

à termes sont des contrats moraux qui doivent être respectés et observés aussi honnêtement qu'un contrat sous seing privé.

Quelle différence y a-t-il entre celui qui fait une déduction injustifiable et celui qui met la main dans votre gousset ? Chaque année, le commerce paie un énorme tribut à cette vilaine pratique, et non seulement celle-ci impose un fardeau inutile sur les marchands, mais elle crée une attitude morale qui, si elle devait durer, refléterait d'une façon disgracieuse sur notre caractère commercial.

La conscience commerciale invitera aussi les hommes à adhérer plus étroitement aux idéals les plus élevés ; à reconnaître qu'une verge est une verge ; qu'une marque sur une pièce de marchandise n'est pas là pour mentir ; que la parole échangée suffit pour donner confiance.

L'homme d'affaires progressiste et sincère reconnaît le besoin de rajustement de nos relations commerciales, et que cette force, ce levier qu'est la conscience commerciale ne saurait s'affirmer trop tôt.

Par quoi et comment faire naître cette conscience commerciale ? Tout simplement par l'alchimie de nombreux désordres humains, la coopération.

L'individualité ne saurait être supprimée sans danger, car elle opère selon les lois divines ; mais l'individualisme tend à entraîner la concurrence ruineuse. Considérons un peu ce qu'a fait la coopération bien entendue pour notre pays. Sans elle, nous serions encore un peuple colonial en végétation, ne tirant du sol que juste ce qu'il consentirait à nous donner sous l'effort humain ; nous serions encore sous le coup de lois nous interdisant de convertir la matière première en produit fini. Mais grâce à l'entente intervenue entre hommes d'opinions et de tempérament différents, nous sommes parvenus à produire la force sans laquelle nous n'aurions pu subsister.

Chaque marchand représente une ou plusieurs de nos plus grandes industries nationales ; eux et leurs prédécesseurs ont contribué généreusement leur part dans l'histoire industrielle ; mais peut-être ont-ils accompli tout cela individuellement ; peut-être n'ont-ils pas reconnu toute la puissance de la cohésion.

Faisons maintenant un appel en faveur de ceux qui demain seront appelés à succéder aux hommes d'hier. Qu'ils prennent l'habitude de ne faire que ce qui est honnête et juste en affaires. Qu'ils répudient le marchand injuste comme un parasite du commerce, et que, en parole comme en