

Le 15 novembre 1895, le PRIX COURANT consacrait aux " Bazars " un article dont nous détachons le passage suivant :

Montréal est envahi à son tour par cette excroissance parasitaire du commerce de notre fin de siècle, les grands bazars, où l'on trouve réunis sous le même toit, sous la même administration, quatre ou cinq genres de commerce différents.

Le commerce d'épicerie de détail de la partie ouest de la ville se plaint vivement de la concurrence déloyale que lui font quatre ou cinq grands magasins de nouveautés où, pour attirer la clientèle et lui vendre des étoffes à des prix surfaits, on donne des articles d'épicerie, de ferblanterie, de quincaillerie, etc., quelquefois au prix de manufacture ou d'importation, mais souvent au-dessous des prix de revient. En ce qui concerne l'épicerie, il se vend, dans ces magasins, des produits de la maison Cross & Blackwell : marinades, confitures, gelées, etc, à des prix plus bas que les épiciers les paient eux-mêmes dans le gros. Ces magasins, non-seulement sacrifient ainsi leur propre argent, ce que, après tout, ils auraient le droit de faire, mais ils font en même temps un tort considérable au commerce régulier d'épicerie, ce qui n'est plus dans leur droit.

Si encore ils vendaient les articles d'épicerie à un prix raisonnable, légitime, ce serait de la concurrence peut-être mal inspirée, mais que l'on ne pourrait taxer de déloyale. Mais ce n'est plus cela ; on donne pour rien, pour ainsi dire, ces articles dont on enlève la vente aux épiciers, et dont on gâte pour longtemps le prix.

C'est à juste titre que les épiciers dénoncent cette manière de faire du commerce et nous approuvons fort la résolution qu'ils ont prise de ne donner leurs votes, aux prochaines élections municipales, qu'aux candidats qui s'engageront à empêcher ces procédés déloyaux.

Le 3 janvier 1896, nouvel article du PRIX COURANT, sous le titre : *Pour les Epiciers.*

Nous voyons par un article du *Canadian Manufacturer* que les grands magasins de Toronto sont venus en collision avec les manufacturiers. Un manufacturier de médecines patentées s'est adressé aux tribunaux pour obtenir une injonction, défendant à un grand magasin de vendre à neuf cents la boîte des pilules dont le prix annoncé est de 25c.

Le confrère, arguant la question pour le manufacturier, affirme que c'est lui faire du tort que de vendre la marchandise qu'il fabrique au-dessous du prix coûtant. Cela lui enlève nécessairement la vente de marchandise à un prix qui lui permette de vivre.

Malgré les frais énormes de publicité que font les grands magasins, pour faire savoir au public qu'ils vendent leur marchandise à un prix ruineux de bon marché, il y a cependant des magasins réguliers qui vendent à aussi bon marché que les grands bazars. Mais le public est facile à duper et les propriétaires de bazars connaissent la valeur de l'annonce.

Le problème des grands magasins, continue le confrère, n'a pas encore été élucidé. Il y a là deux éléments à considérer : le propriétaire et le public. On peut laisser au propriétaire le soin de ses propres intérêts ; mais le public y est aussi grandement intéressé. Naturellement, tous les acheteurs désirent obtenir le plus possible pour leur argent ; et ceux qui fréquentent les grands magasins y sont poussés par l'idée qu'ils pourront obtenir le maximum de marchandise les jours de vente spéciale (*bargain days*) et au comptoir des articles à prix réduits. Quelquefois, ils pourront acheter pour 50 un article qui vaut 10c ; mais, plus souvent, ils paient 25c un article qui n'en vaut que 20. On prétend que ces magasins donnent de l'emploi à un grand nombre de commis qui, autrement, seraient sur le pavé. Cet argument ne tient pas debout, car les grands magasins ont amené la disparition d'un nombre considérable de petits magasins, qui donnaient de l'emploi à des commis et à d'autres employés. Que ces employés des petits magasins fussent payés convenablement ou non, il est certain que les salaires payés par les grands magasins sont si bas que l'on ne sait comment les employés font pour vivre. Si les demoiselles de magasin sont forcées, pour vivre convenablement, de sortir de la vie honnête, est-ce que le public ne doit pas en prendre sa part de responsabilité ? Il n'y pense généralement pas. Mais, s'il y réfléchissait, continuerait-il à patronner des établissements où les jeunes filles sont obligées de se tenir debout au comptoir, onze à douze heures par jour, pour le salaire de trois ou quatre piastres par semaine ? Si le public exigeait que le travail des employés soit convenablement rétribué, les propriétaires de ces grands magasins ne seraient pas en état de faire de si " grands sacrifices " qu'ils prétendent les faire.