

au moins une certaine aisance et que le but d'un marchand devrait être de recueillir de grands profits de son commerce, non seulement pour son propre bénéfice et celui de sa famille, mais aussi pour le bénéfice de ses employés.

Une partie du travail à laquelle en général les marchands n'apportent pas assez d'attention, est la tenue des livres. Si vous vous rendez compte de la variété d'informations et de données qui peut être obtenue grâce à un système convenable de comptabilité, même en ce qui concerne un petit détaillant, vous ne penseriez pas à pratiquer cette fausse économie, chose dont tant de commerçants sont coupables. Qu'est-ce qui pourrait être plus utile que de se rendre compte du montant des ventes et des achats, des valeurs du stock, de l'actif et du passif? En tous cas, vous reconnaissez que, si vous aviez une fois par mois de ces données, vous seriez mieux renseignés quant aux conditions réelles des affaires et vous seriez en meilleure position pour pousser en hâte les choses à un point culminant satisfaisant, car la tenue des livres est la clef du succès.

Emerson a dit: "Personne, sauf vous-même, ne peut vous enlever le succès final."

L'achalandage (Good will). Qu'est-ce que c'est? Comment est-il évalué?

L'achalandage (good will) est défini dans le dictionnaire International de Webster, au point de vue des affaires: "Avantage commercial possédé par tout commerce, dû à sa popularité établie, à sa réputation, à son patronage, à sa publicité, à sa localité, etc., en dehors de son stock ou de son capital: un sentiment amical ou une influence exercée en vue de transmettre la clientèle de tout magasin ou de tout commerce à un successeur: le droit d'acquérir un commerce ou des relations commerciales, achetés d'un propriétaire ou d'un tenancier qui quitte les affaires."

A cela on peut ajouter les marques de commerce pour une maison manufacturière, les brevets et formules pour la fabrication des divers produits.

Comment cet achalandage est-il évalué?

L'achalandage, qu'il soit commercial ou industriel, doit être évalué sur ses propres mérites. Ces mérites sont aussi variés qu'il y a de sortes de commerce; mais tous sont estimés en proportion du revenu. Je crois que tous ceux qui ont étudié complètement la question n'émettront pas une opinion, à moins que ce ne soit dans un sens général.

L'achalandage commercial diffère de celui des industries manufacturières, parce que dans ces dernières sont compris les marques de commerce, les droits brevétés et les formules, ainsi qu'il en est pour les manufactures de spécialités

qui, quelquefois, ont besoin de très peu de capital et produisent de très forts revenus.

Quand on achète le commerce d'un compétiteur et qu'on acquiert le seul contrôle de certains articles, on peut payer un très haut prix pour ce qui peut être appelé l'achalandage, mais on achète simplement le compétiteur.

L'organisation d'une maison de commerce est sûrement un des principaux facteurs de la valeur de l'achalandage. S'il s'agit du commerce d'un seul homme, ce commerce a moins de valeur que s'il était organisé de telle manière que l'autre partie puisse confier à ses employés cette administration en son absence.

Comme exemple du peu de confiance qu'on peut apporter aux estimations des valeurs de l'achalandage, je rapporterai un fait qui est venu à ma connaissance.

Deux manufacturiers de certaine ligne dans l'industrie de la quincaillerie avaient entre eux plus de 75 pour cent des marchandises vendues. Ils s'amalgamèrent et maintenant, ils ne font pas plus de 55 pour cent sur toutes les marchandises vendues dans cette ligne particulière. Aucune bonne explication ne saurait être donnée de ce fait, si ce n'est qu'il est vrai.

Cela vous montre que la valeur de l'achalandage de tout établissement a beaucoup moins d'importance pour un compétiteur que pour l'acheteur qui a l'intention de continuer les affaires et qui achète un commerce en activité.

Quand la Compagnie Ogilvie Flour Mills mit son stock au "Stock Exchange", on apprit que la valeur des marques de commerce et des formules était estimée à \$1,250,000.

En Angleterre, la valeur intrinsèque de l'établissement de Guinness's Porter était de \$100,000; mais cette valeur fut capitalisée à \$700,000 parce que le revenu augmenté était suffisant pour payer un bon dividende.

Quelle était la valeur, il y a vingt ans, de l'achalandage de Morewood & Co., pour son fer galvanisé, marque "Lion" et de la Tupper Co., pour son fer-blanc Bradley? On pouvait à peine vendre autre chose alors. La Compagnie Morewood vendit son industrie à John Laysight, Limited, qui discontinua, la marque "Lion" pour vendre la marque "Queen's Head". La Compagnie Tupper n'est plus en affaires aujourd'hui, la valeur de l'achalandage de ces deux Compagnies est nulle.

Il n'y a pas si longtemps que la maison Wade & Butcher était la seule maison de confiance pour les rasoirs. L'achalandage, en tant que le marché Canadien est concerné, avait une valeur beaucoup plus grande il y a vingt-cinq ans.

Les licences pour vendre en détail des liqueurs dans la cité de Montréal, avant l'adoption de la loi limitant à quatre cents le nombre de ces licences, se vendaient \$1,500; aujourd'hui, la valeur du

certificat seul est de \$1,000, en raison de la limitation. Un des derniers transferts de licences enregistrés montre que ce prix a été de \$20,000 pour le certificat seul, en dehors du stock et de l'ameublement.

Qui pourrait estimer la valeur de l'achalandage de la maison de coutellerie Jos. Rodgers & Son, de la maison de parfumerie Roger & Gallet, de Fry's ou de Menter, pour les chocolats, de Pear pour les savons, de Dialson pour les scies, de Maydole pour les marteaux et les pelles, de Jackson pour les limes et les scies?

Cela prouve sans aucun doute que la valeur de l'achalandage est particulière à chaque cas.

Au Conventum de Hamilton, j'ai dit que dans mon opinion, la valeur de l'achalandage pouvait être estimée à dix fois la moyenne des profits nets d'un commerce, en tenant compte, comme il convient, de l'intérêt du capital investi. Pour rendre ceci clair, supposons qu'un commerce avec un capital de \$100,000 produise un profit net de \$10,000; déduisez 6 pour cent de \$100,000, c'est-à-dire, \$6,000, il reste \$4,000; multipliez par 10 pour cent, le résultat est \$40,000, valeur de l'achalandage. L'année suivante, le même profit est fait, l'intérêt de \$40,000 à 6 pour cent est de \$2,400, laissant une balance de \$1,600 à ajouter à la réserve. Ce montant de \$2,400 n'est pas une rémunération excessive du pouvoir créateur d'un commerce qui peut donner immédiatement un tel revenu à un homme nouvellement établi.

LA PECHE AU SAUMON

Perspectives d'une saison exceptionnelle

La saison 1909 pour la pêche au saumon est ouverte au Puget Sound. Quatre ans se sont écoulés depuis que les sockeyes ont remonté la rivière Fraser et d'après la théorie du cycle de quatre années, le moment est de nouveau proche où le poisson rouge favori fera encore son apparition.

On a beaucoup parlé et beaucoup écrit au sujet de la pêche du saumon et de l'industrie des conserves de saumon dans le Puget Sound, et les hommes qui se livrent à cette grande industrie déclarent qu'il n'y a rien de nouveau à dire, cette année. N'est-il pas vrai, disent-ils, que la théorie du cycle de quatre ans a été prouvée si souvent que ce n'est plus une théorie? N'est-ce pas la même vieille histoire tous les ans?

Cette année, M. E. B. Deming, gérant général des Pacific American Fisheries et chef de l'industrie des conserves de saumon dans le Puget Sound, déclare que des préparatifs seront faits pour empaqueter 800,000 caisses de poisson. Des contrats ont été passés avec des Chinois pour ce nombre de caisses, et on se procure du matériel pour leur fabrication. Mais les empaqueteurs espèrent ob-