

LES AFFAIRES



*Les meilleures tactiques de vente
des magasins en série*

L'industrie du sucre de betterave

L'exactitude est la politesse des rois

*Raisons de succès et d'insuccès
à la direction*

Petits désastres économiques

De la lecture pour tous

Le recensement de 1951

Le massage à Garcia

L'épargne

Décatalogue du fabricant

L'amélioration du langage
de la profession

L'humour chez les Canadiens

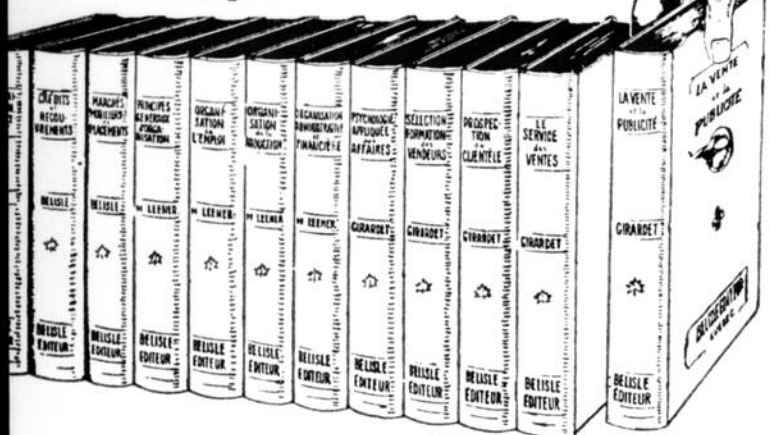
Neuf brefs conseils

L'actualité mondiale

LA BIBLIOTHEQUE DE L'HOMME D'AFFAIRES

12 VOLUMES

Par Louis-A. Belisle, Philippe Girardet,
Georges de Leener



Cette série d'ouvrages

est publiée sous la direction de M. Louis-A. Belisle, A.C.B.A., professeur à l'École de Commerce de l'Université Laval, éditeur des "Affaires" et de "La Semaine Commerciale", qui est en même temps l'auteur de trois des ouvrages décrits dans cette brochure.

Ses principaux collaborateurs sont :

MM. Georges de Leener, professeur à l'Université Libre de Bruxelles,
Philippe Girardet, membre de la Société des Gens de Lettres de France, auteur de "L'Encyclopédie de la Vente", "La Connaissance des Hommes", "Les Affaires et les Hommes", "Les Réalistes", etc.

Les ouvrages d'origine européenne ont tous été adaptés aux conditions canadiennes par M. Belisle avec l'autorisation de leur auteur respectif. Ces ouvrages ont été choisis à cause de leur valeur particulière et surtout parce qu'ils représentent une sorte de synthèse universelle des sujets qu'ils embrassent.

Il ne s'agit pas de simples ouvrages de vulgarisation-ce sont plutôt de

VÉRITABLES MANUELS UNIVERSITAIRES

COURS de GESTION INDUSTRIELLE

(Efficiency Engineering)

COURS D'ADMINISTRATION

(Organisation corporative et financière. Fabrication. Prix de revient. Personnel. Recouvrements. Pratique de bureau. Placements. etc.)

COURS COMPLET de DISTRIBUTION

(Marketing & Merchandizing — Sales & Advertising)

Une documentation digne de tout chef d'entreprise sérieux.

SAVOIR, C'EST POUVOIR !

□ ● □

Depuis des années, vous avez souhaité obtenir sur les affaires une documentation comme celle-ci, en LANGUE FRANÇAISE.

Les cours américains du même genre abondent. Nous avons voulu en extraire les idées les meilleures et vous en faire bénéficier.

Vous avez ici 12 VOLUMES d'une belle présentation, abondamment illustrés, modernes, où vous puiserez les procédés les plus efficaces qui ont été mis en application dans les entreprises commerciales et industrielles d'Europe et d'Amérique. C'est une véritable BIBLIOTHÈQUE de BASE, une documentation qui vous est présentée au moment où la CONCURRENCE se fait de plus en plus âpre, où le marché ne cède qu'à ceux qui savent le conquérir par les moyens les plus ingénieux qu'ait découverts la science moderne des affaires.

Parcourez les pages qui suivent. Vous verrez l'énorme quantité de documentation que ces livres vont mettre entre vos mains. A un instant d'avis — grâce à la table analytique dont chaque livre est pourvu — vous pouvez obtenir le renseignement désiré.

NE REMETTEZ PAS VOTRE DÉCISION
A DEMAIN

Aucune description ne saurait mieux vous indiquer le contenu de ces volumes que leur table des matières, qui est donnée au complet dans cette brochure.

CHERCHEZ-Y LA SOLUTION DE VOS
PROBLÈMES

LA BIBLIOTHÈQUE DE L'HOMME D'AFFAIRES

- | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1—Organisation et Financement des Entreprises
LOUIS-A. BELISLE
(Corporate Organization & Financing) | 7—Organisation Financière et Administrative
GEORGES DE LEENER
(Office & Cost Management) |
| 2—Crédits et Recouvrements
LOUIS-A. BELISLE
(Credits & Collections) | 8—La Psychologie Appliquée aux Affaires
PHILIPPE GIRARDET
(Business & Sales Psychology) |
| 3—Marchés Mobiliers et Placements
LOUIS-A. BELISLE
(Stock Exchanges & Investment) | 9—Sélection et Formation des Vendeurs
PHILIPPE GIRARDET
(Salesmen Selection & Training) |
| 4—Principes d'Organisation
GEORGES DE LEENER
(Business Organization) | 10—Prospection de la clientèle
PHILIPPE GIRARDET
(Marketing) |
| 5—Organisation de l'Emploi
GEORGES DE LEENER
(Personnel Management) | 11—Organisation du Service des Ventes
PHILIPPE GIRARDET
(Merchandising & Sales Management) |
| 6—Organisation de la Production
GEORGES DE LEENER
(Factory Management) | 12—La Vente et la Publicité
PHILIPPE GIRARDET
(Salesmanship & Advertising) |

MAGNIFIQUEMENT PRÉSENTÉS SOUS UN FORMAT UNIFORME et UNE SPLENDIDE RELIURE BLEUE, SIMILI-CUIR, avec TITRES DORÉS

Demandez notre brochure explicative de
52 pages; elle est gratuite

BELISLE, ÉDITEUR
QUÉBEC (2 et 4, rue St-Jacques) Tél.: 2-1344
MONTRÉAL (29 rue St-Jacques est) MA 8585

Organisation et gestion des entreprises. — Publicité. — Vente. — Etalages. — Comptabilité. — Psychologie appliquée aux affaires. — Efficience. — Méthodes de bureau. — Correspondance commerciale. — Actualités économiques et commerciales.

Publiée à Québec

AVRIL 1951

Vol. XXIII, No 4
277ème Livraison

Sachons imiter les meilleures tactiques de vente des magasins en série

DEPUIS qu'ont été fondés les magasins à succursales multiples et les "5-10-15c", nombre de détaillants indépendants ont porté plainte. Les associations s'en sont mêlées. On a fait appel aux législateurs. On a parlé de concurrence déloyale, basée sur un pouvoir d'achat énorme et inaccessible au détaillant ordinaire.

La plupart des reproches que l'on adresse aux magasins en série reposent sur des faits indéniables. D'un autre côté, sous notre régime, basé sur une concurrence de prix, de qualité et de service, le consommateur reste libre d'aller où il croit trouver son avantage. Le client va donc à l'endroit où il obtiendra le plus pour son argent, non seulement en quantité et en qualité, mais, ne l'oublions pas, en service.

Dans un ouvrage sur la vente dont nous sommes actuellement à considérer la publication, on a défini comme suit ce que sont les magasins en série: "Un établissement où l'on s'est ingénié à comprimer les frais généraux au maximum, et dans lesquels on a supprimé tous les services à la clientèle en vue de réduire les prix de vente". En étudiant bien cette définition, le détaillant indépendant se rendra compte qu'elle lui offre précisément l'arme la meilleure qui soit pour combattre la concurrence strictement basée sur les prix.

Nous avons, à plusieurs reprises déjà, indiqué quelques moyens efficaces de combattre cette concurrence. Mais les divers arguments apportés par M. Philippe Girardet, l'auteur du livre mentionné plus haut, sont résumés avec tant d'à-propos et présentés sous un angle tellement personnel, que nous ne pouvons résister à la tentation d'en citer la majeure partie.

L'ACTUALITE MONDIALE

B.E.A. (British European Airways), la ligne aérienne anglaise, est entrée dans l'ère des bénéfices.

La plus grande glace du monde, pesant plus d'une tonne, a été placée au "Festival of Britain" à Londres.

La Brust Coachwork Ltd., à Loughborough (Grande-Bretagne) a mis sur le marché un tracteur à trois roues à l'électricité, produite par des batteries. La dépense d'électricité est aux environs de 0.60 franc par jour, et il charge de 1 à 3 T.

Calculé en dollars, le revenu moyen par habitant dans les divers pays va de 25 dollars pour la Chine et l'Indonésie à 121 pour le Mexique, 188 pour le Chili, 235 pour l'Italie, 308 pour l'U.R.S.S., 320 pour l'Allemagne occidentale, 482 pour la France, 582 pour la Belgique, 849 pour la Suisse et 1,453 pour les États-Unis.

En Nouvelle-Zélande, la hausse de la laine aidant, on envisage des importations record.

LES AFFAIRES, revue d'action économique, publiée mensuellement par Louis-A. Belisle, A.C.B.A., professeur à l'École Supérieure de Commerce de Québec. Imprimée aux ateliers de La Semaine Commerciale, à 4, rue St-Jacques, Québec, P.Q. (Case postale 100, Station B). Téléphones: le jour 2-1344; le soir 7-4275.

Les articles que contient cette revue sont protégées par un droit d'auteur.

ABONNEMENT: Canada, un an: \$3.00. Etranger: \$4.00.

Autorisé comme envoi postal de deuxième classe — Ministère des Postes, Ottawa, Canada.

“D’abord, dit l’auteur, pas de jalousie ! Cherchons plutôt pourquoi le concurrent a du succès. Le commerçant de détail est-il tellement désarmé devant les magasins en série ? Ne peut-il se défendre ? C’est à voir.

“Même pour les articles dans lesquels il est concurrencé par les chaînes de magasins, le petit détaillant a encore bien des arguments de son côté. D’abord les égards envers le client. Il y a beaucoup de gens qui répugnent à aller acheter à ces endroits parce qu’ils aiment à choisir, à être conseillés, à causer avec le vendeur. Or, dans la plupart des magasins en série, les vendeurs ont pour consigne de parler au client aussi peu que possible.

“Ensuite, l’argument qualité. Evidemment, on trouve des chemises à \$1.00, mais est-il bien difficile de prouver au client qu’une chemise de \$4.00 fera bien plus de trois fois l’usage — avec l’élégance en plus ?

“Et qui empêche le commerçant de détail de veiller aussi à ses frais généraux ? Combien d’entre eux qui se plaignent ne les ont jamais épiluchés pour les réduire au strict minimum ? Qui les empêche, par exemple, d’étudier attentivement leur stock, d’établir des statistiques de vente sur chaque article, de supprimer les articles de vente très faible et de réduire ainsi leurs soldes et leurs “fonds de magasin” ?

“Pourquoi ne s’associent-ils pas pour effectuer des achats en commun ?

“Enfin, continue M. Girardet, le commerçant de détail a pour lui le choix et aussi la compétence. Quand je vais au “5-10-15” pour chercher des fournitures de

FOIRE INTERNATIONALE DE BRUXELLES

Il est superflu de rappeler les nombreux avantages que représente, tant pour les producteurs que pour les acheteurs, une Foire Internationale telle que celle de Bruxelles qui se tiendra, cette année, du 21 avril au 6 mai.

Organisée d’après une technique parfois rigide à certains points de vue, mais en tenant compte des intérêts mêmes de ses usagers, elle est universelle et internationale dans toute l’acception de ces termes.

A côté des exposants belges et étrangers individuels, elle comprendra d’importantes participations gouvernementales et de collectivités belges et étrangères et, malgré la situation internationale actuelle, les visiteurs pourront y admirer la synthèse de leurs produits spécifiquement nationaux.

Des visiteurs sont annoncés des pays ci-après : Allemagne, Argentine, Autriche, Canada, Egypte, Espagne, Etats-Unis, France, Grande-Bretagne, Inde, Irak, Irlande, Israel, Italie, Mexique, Pays-Bas, Union de l’Afrique du Sud, Suisse, Thaïlande, Tunisie, Turquie.

L’Administration Générale de la Foire de Bruxelles met tout en oeuvre pour permettre aux industriels et acheteurs de traiter leurs affaires aussi rapidement que possible et rendre leur séjour dans la capitale belge aussi attrayant que confortable.

Les matinées de semaine seront réservées aux acheteurs qualifiés. Cette mesure est prise dans le but de faciliter les transactions entre exposants et hommes d’affaires, leur réservant ainsi un milieu favorable.

A l’occasion de sa 25ème manifestation, diverses réceptions seront organisées, telle que la grande soirée inaugurale, dont le programme est à l’étude ainsi que les journées consulaires et internationales, notamment : allemande, britannique, des Etats-Unis, française, italienne, luxembourgeoise, néerlandaise, suisse et tchécoslovaque.

Ajoutons que le catalogue officiel de la Foire, véritable messenger de cet important marché, diffuse dans le monde entier les noms et adresses des firmes y ayant exposé ainsi que la nomenclature de leurs spécialités. Il sortira de presse vers le 10 avril prochain.

Des renseignements complémentaires peuvent être obtenus du Consulat Général de Belgique, 709, Sun Life Building, à Montréal, ou auprès de M. Lucien Montreuil, Délégué du Commissariat Général au Tourisme de Belgique, 3188, chemin Ste-Foy, à Québec.



**ECOLE de
COMMERCE**

de
**L’Université
Laval**

Études couronnées par le
Baccalauréat et par la
Maîtrise en Sciences
Commerciales.

Téléphone: 4-4965

2, RUE COOK,
QUÉBEC

bureau, je n'ai qu'un choix très réduit et des articles de qualité plutôt ordinaire. Sans doute j'y achèterai bien quelques rames de papier ou quelques crayons, mais dès que je voudrai quelque chose de mieux je serai bien forcé de retourner chez mon papetier. Si j'y suis bien reçu, bien conseillé, si le magasin est agréable et la vendeuse sympathique, il ne sera pas difficile de me convaincre d'acheter pour mon bureau des articles de qualité, quitte à les payer un peu plus cher".

En somme, comme le fait observer M. Girardet dans la conclusion de son article, "le petit détaillant n'a donc ni à se désespérer, ni à gémir. La lutte est possible — elle est relativement facile. Il y aura toujours des milliers de clients qui préféreront l'article de qualité, à leur goût, le magasin où ils sont connus et entourés de prévenances, aux grands bazars standard où ils sont considérés comme l'unité d'une foule sans importance".

Peinture — Emaux — Vernis



DISTRIBUTEURS pour QUÉBEC et le DISTRICT

Papiers — Tentures

Notre Département de PAPIERS-TENTURE est reconnu comme une des meilleures organisations du pays.

Verre à Vitre

POUR L'INDUSTRIE DU BATIMENT

Nous sommes, depuis trois quarts de siècle, importateurs de tous genres de verre employé dans l'industrie du bâtiment.

Département de Décoration

D'INTÉRIEUR et D'EXTÉRIEUR

Le plus VIEIL ATELIER dans l'Est de la province.

Maison fondée en 1868

GAUTHIER.

QUÉBEC

292, ST-JOSEPH.

TEL.: 4-4626

FOIRE INTERNATIONALE DE LIEGE

Des moyens de réaliser l'effort industriel pour l'exécution du plan d'équipement et de production du programme de défense.

L'Europe Occidentale est, comme les Etats-Unis, confrontée avec un programme de défense dont la mise à exécution pose des problèmes d'équipement industriel et de répartition entre les producteurs.

Il importe au premier chef d'avoir l'inventaire de ce que les industriels sont à même de fabriquer et d'apprécier dans quelle mesure leur productivité normale peut être augmentée par un accroissement de leur outillage.

Les industriels eux-mêmes ne peuvent déterminer leurs possibilités de fournitures qu'en connaissant parfaitement les spécifications du matériel à fabriquer.

La confrontation des besoins et des moyens de les satisfaire dans un des secteurs industriels les plus importants se fera à la 5ème Foire Internationale de Liège, Mines, Métallurgie, Mécanique, Electricité industrielle qui se tiendra du 21 avril au 6 mai 1951.

Les organismes chargés des commandes et les missions d'achats étrangères y seront présentés. Les industriels obtiendront d'eux des éléments concrets leur permettant d'étudier les demandes et de faire des offres.

D'autre part, les producteurs qui seront appelés à augmenter et à améliorer leur outillage pourront acquérir à cette foire le matériel, les machines et les produits qui leur seront nécessaires pour l'exécution des ordres qui leur auront été ainsi confiés.

Des renseignements complémentaires sur la Foire Internationale de Liège peuvent être obtenus du Consulat Général de Belgique, 709, Sun Life Building, à Montréal, ou auprès de M. Georges Pootmans, 965, Sun Life Building, également à Montréal.

En novembre, et pour la troisième fois consécutivement, plus de gens ont traversé l'Atlantique par avion que par bateau. Ceci, au départ de New-York.

Il y a peu de chances que les États-Unis restreignent certaines importations. Au contraire.

Certes, les magasins en série ont apporté des éléments nouveaux dans les méthodes du détail. Ils ont, par la concurrence, forcé le détaillant indépendant à suivre son affaire de plus près, à cultiver chez le personnel vendeur la notion de service et à pratiquer envers la clientèle certains égards, certains ménagements dont la nécessité s'imposait en maints endroits. Le commerce en a été régénéré au point que plusieurs détaillants indépendants adoptent aujourd'hui les systèmes "super-marché" et "self-service" avec beaucoup de succès. Ces formules, populaires dans les grandes villes, pourraient s'adapter à certains villages populeux, mais la présence du marchand, le fait qu'il est connu de sa clientèle et qu'il la connaît, enfin les mille et une marques d'égards qu'il peut lui manifester, resteront toujours les principaux atouts du petit épiciers du coin comme du "marchand-général" de nos localités.

Ce qu'il y a d'intéressant dans la politique générale des chaînes de magasins c'est de constater avec quel souci ils effectuent leurs achats et de voir toute l'importance qu'ils attachent à la propreté, aux étalages, aux emballages, à la rapidité du service. On se rendra compte, en parcourant le document dont la traduction paraîtra au cours des prochaines semaines à ce même endroit que la plupart de ces procédés efficaces de vente sont à la portée de quiconque veut se donner la peine de les mettre en pratique. On verra également jusqu'où peut aller la concurrence des prix et comment y remédier. — **Louis-A. BELISLE.**

LE meilleur moyen de faire face à la concurrence, dans tous les domaines, ne consiste pas à se contenter de vaines récriminations. La concurrence est une lutte. Mais c'est une lutte où les chances doivent s'égaliser, car du moment qu'un des adversaires faiblit il assure la victoire à l'autre. C'est une lutte qui se poursuit sur le plan des connaissances pratiques plutôt que par la force brutale; plus on est renseigné sur les moyens de l'adversaire, meilleures sont les chances de neutraliser ses efforts.

C'est pourquoi, j'ai voulu publier sur les chaînes de magasins une documentation qui me paraît être le classique du genre. Ces remarques seront bientôt incorporées à un ouvrage que je destine aux directeurs de magasins. Elles sont de M. A.-W. Ansley, d'Atlanta, Georgie, qui fut pendant de longues années intimement lié à l'administration des magasins en série.

"Lorsque je voyageais pour le compte d'un important manufacturier de chaussures, dit M. Ansley, la

L'ACTUALITE

En France, 2,353,000 chefs d'entreprises et salariés travaillent dans des entreprises commerciales, soit 12.7% de la population active (18,479,000 personnes). Dans ce total les hommes comptent pour 1,220,000, les femmes pour 1,133,000. Le commerce se classe donc au troisième rang des activités françaises, après l'industrie et l'agriculture.

Comment l'industrie américaine compte augmenter sa production:

	1948	1949	1950	1951	% Change 1950-51
(Millions de dollars)					
Manufactures	8,340	7,250	7,950	10,570	+33
Mines	800	740	690	820	+19
Chemins de fer	1,320	1,350	1,140	1,360	+19
Autres moyens de transport	700	520	430	620	+44
Appareils électriques et au gaz	2,680	3,140	3,220	3,440	+7
Commerce et divers	5,390	5,120	4,700	5,070	+8
Total	19,230	18,120	18,130	21,880	+21

D'une brochure "Conseils aux petits commerçants", distribuée par le "Department of Commerce" de l'État de New-York: "Nous avons besoin que vous réussissiez, et nous vous aiderons à le faire".

Quelle étrange mentalité! Par ici on n'a jamais tenu un pareil langage.

Heures d'affaires

TÉL. 7-1782

9 hrs a. m. à 9 hrs p. m.

Dr H. A. Houle

Chirurgien-Dentiste

560, Chemin Ste-Foy, Coin Joffre
QUÉBEC

Voisin de l'Hôpital St-Sacrement

seule mention des "chain stores" par un client avait à peu près sur les détaillants indépendants le même effet qu'un épouvantail. Mais à force d'entendre dire du mal des "chain stores", j'ai été quelque peu intrigué et j'ai voulu vérifier par moi-même ce qu'il en était. Je me suis donc engagé en qualité de commis dans l'un de ces magasins-chaîne pour y devenir bientôt gérant-adjoint. Par la suite, j'ai changé de compagnie et finalement, j'ai occupé pendant longtemps le poste de gérant de l'une des plus importantes chaînes de magasins des Etats du Sud. Je connais aussi le travail qui s'accomplit dans la plupart des magasins indépendants pour y avoir travaillé également. Eh ! bien, je puis vous dire tout de suite qu'il y a autant de différence entre les diverses méthodes employées qu'entre le jour et la nuit.

A quoi tient donc le succès des magasins en série ? Voici les enseignements qu'en ma qualité de commis, gérant-adjoint et gérant de succursales, j'ai été à même d'obtenir :

D'abord, on y contrôle les inventaires. Dans un "chain-store", l'inventaire est pris chaque mois au prix de détail. Cette formalité ne demande que quelques heures de travail et se fait généralement après la fermeture du magasin. Le stock en inventaire, ajouté aux bordereaux de vente, doit balancer avec ce qui a été facturé par les fournisseurs au cours du mois et le stock de l'inventaire précédent. S'il y a un excédent, l'inventaire sera accepté au siège social — à la condition, toutefois, que cet excédent ne soit pas trop considérable — mais il ne doit jamais y avoir de déficit. Le gérant de la succursale n'est jamais mis au courant de la façon dont son inventaire se compare avec les achats du mois et les inventaires précédents.

En second lieu, dans une succursale de magasins en série, ON TRAVAILLE FORT. Tout le monde doit s'occuper — et constamment. N'allez pas croire qu'il s'agit d'un travail pour tuer le temps ou pour faire

L'ACTUALITE MONDIALE

En Suisse, en 1920, on comptait 533,000 entreprises indépendantes (29.4% du tout). En 1939, on n'en dénombrait plus que 421,000 (21.1%).

Aux États-Unis, l'industrie a environ deux fois plus de "mortalités" que le commerce de détail et le commerce de gros quatre fois davantage.

De "Vivres" la revue des Grossistes en Alimentation belges, à propos de la "baisse volontaire des prix".

Pour l'ensemble de l'année 1950 les chiffres d'affaires ont augmenté, dans une mesure moindre cependant qu'on ne le croit généralement. En effet, si les mois de juillet, août, septembre et décembre ont été favorables, il n'en est pas de même des six premiers mois, ni d'octobre et de novembre. Et la saignée volontaire demandée par le ministre des Affaires économiques laissera, sans aucun doute, dans les bilans et la trésorerie des entreprises des traces inquiétantes. Et l'on s'interrogera: tentative d'assassinat ou suicide volontaire? Publicontrol.

Voici la production de pétrole brut dans le monde (en milliers de tonnes métriques):

	1938	1948	1949	1950
Production mondiale	271,600	470,971	469,275	522,840
Dont: U.S.A.	164,066	277,190	252,996	270,000
Venezuela	26,890	70,116	69,012	78,000
U.R.S.S.	29,700	29,100	33,200	37,600
Iran	10,359	25,269	27,235	31,800
Arabie séoudite	67	19,260	23,471	27,000
Koweït	—	6,400	12,378	17,200
Mexique	5,460	8,376	8,724	10,600

Les Russes annoncent qu'ils ont doublé en 1950 la production des champs de pétrole autrichiens, exploités par eux. Malgré cela, ils ont stoppé les exportations vers l'Ouest, et entre autres vers la Belgique.

206, RUE DU PONT, Tél.: 4-4641

FABRICANTS D'ASCENSEURS

LA MAISON
F. X. DROLET
QUEBEC

Ateliers de Mécanique Générale et Fonderie. Toute réparation mécanique.

ACIER, FONTE, CUIVRE et ALUMINIUM SPÉCIALITÉS:

Ascenseurs Modernes à Passagers et à Marchandises. Pompes, Compresseurs, Engrenages, Bornes-Fontaines, etc.

Armoires-Montantes, Monte-Charges, Escaliers motorisés, etc. SOUDURE électrique et autogène.

acte de présence — en fait, c'est justement là que se trouve le secret du succès des chaînes de magasins, c'est-à-dire dans une compréhension exacte du mot TRAVAIL. Je dois rendre aux "chain stores" ce témoignage qu'ils m'ont enseigné beaucoup de choses, dont la principale a été COMMENT TRAVAILLER. Et pourtant, je m'imaginai que je savais travailler ! Je puis vous dire que si, au cours des 20 prochaines années, je travaille à mon compte la moitié autant que j'ai travaillé en UN AN pour les "chaînes", je n'aurai plus besoin de travailler du tout pour le reste de mes jours. Je pourrai vivre de mes rentes...

Comme preuve de ce que je viens de dire, c'est qu'une fois sorti de mon expérience avec les chaînes de magasins, j'ai toujours réussi à atteindre mon quota. Je le répète, cette expérience m'a enseigné la véritable signification du petit mot T-R-A-V-A-I-L. Aujourd'hui, je donne mon temps aux travaux qui assurent les meilleurs résultats.

TRAVAILLER et TRAVAILLER VITE, voilà le secret. Le temps et l'assistance dont on dispose sont juste suffisants pour accomplir tout ce qu'il y a à faire. Dans une succursale des "chaînes" personne — pas même le client — n'est censé s'asseoir. Il n'y a ni chaises ni bancs. Le gérant — eh oui ! — le gérant travaille aussi fort que ses commis. C'est ainsi qu'étant gérant-adjoint d'une des plus importantes chaînes de magasins, j'ai moi-même balayé le plancher vingt-huit (28) fois en une journée ! Et je le faisais avec plaisir. Je ne m'en suis jamais plaint, pour la simple raison que le plancher était couvert de débris et que j'étais heureux de le nettoyer, sachant qu'il avait fallu recevoir BEAUCOUP DE CLIENTS pour qu'il fût ainsi.

LES RESULTATS COMPTENT — Ce qui compte avec les "chaînes" ce sont les résultats et rien d'autre chose. Si la succursale ne paie point après une certaine période (et après y avoir mis à l'épreuve plusieurs gérants), on déménage sous un ciel plus clément. Mais il arrive très rarement qu'on doive en venir à cette extrémité. Avant de fonder une succursale, de judicieuses enquêtes sont faites, et, sous une direction éclairée, les succursales rapportent des bénéfices dans un nombre surprenant de cas.

APPRENEZ A DIRE NON — Inutile d'insister sur ce que j'ai à l'esprit en mentionnant ce petit mot, si vieux et pourtant si difficile à prononcer. Eh ! bien, imaginez-vous que votre client est un vendeur "à haute pression" et donnez-lui ça !... Je veux parler du client qui veut acheter à crédit. Dites-lui simplement "NON" — tout en étant poli, mais tout en étant aussi catégoriquement ferme. Vous vous devez avant tout à votre famille; ensuite votre premier devoir est de fournir à votre entourage la meilleure marchandise possible au plus bas prix — et de réaliser sur vos

L'ACTUALITE MONDIALE

L'Italie, elle aussi, a vu sa balance commerciale s'améliorer. A l'heure actuelle, elle possède la plus forte réserve d'or et de dollars qu'elle ait jamais possédée.

Aux États-Unis, le fisc prélèvera cette année 27% du revenu national, contre 38% en Allemagne, et 26% en France.

Un exemple des résultats obtenus par certains pays par une politique d'industrialisation suivie délibérément.

Au Brésil, on importait, il y a 20 ans, 97% d'une consommation de fer et d'acier de 458,000 tonnes. L'on n'importe plus aujourd'hui que 35% d'une consommation de 820,000 tonnes.

Des magasins à Marble Arch (Londres) ont trouvé le moyen de passer outre à la défense d'éclairer les vitrines: ils ont installé sur le toit, au 8ième étage, des moulins à vent qui leur fournissent l'électricité sans charbon. Coût: 50 livres sterling.

Revenus américains: une famille sur dix a des revenus de \$25,000 et plus; deux sur cinq ont plus de \$5,000.

En Belgique, c'est pour les produits de beauté et pour les articles ménagers qu'on fait le plus de publicité. Les produits pharmaceutiques ne viennent qu'ensuite.

En Suisse le coût de la vie a subi une augmentation de 0.9% déterminée surtout par la hausse du vêtement d'octobre à janvier, et celle du charbon et du mazout.

Au Brésil, il est question d'établir des taux de change multiples pour le cruzeiro, la monnaie nationale.

ventes un bénéfice. **VOUS NE POUVEZ RIEN FAIRE DE TOUT CELA SI VOUS VENDEZ A CREDIT!** La bonne vieille "loi des moyennes" finira par avoir le dessus. De grâce ne placez pas d'enseigne "PAS de CREDIT" dans votre magasin; c'est une insulte pour vos clients **qui paient** comptant. C'est de plus une admission significative — vous annoncez d'avance à votre client que vous n'aurez jamais assez de COURAGE pour lui DIRE que vous ne pouvez pas vendre à crédit.

DANS les "chaines" on ne fait confiance à personne, parce qu'on sait qu'un homme honnête ne redoute pas d'être régulièrement contrôlé. On s'en remet au vieux proverbe que "Les chiffres ne mentent pas"... On surveille les petites choses, les petits détails, non seulement dans les opérations commerciales, mais aussi chez les employés. Voici une liste éloquente de ce que l'administration d'une chaîne de magasins **NE TOLERE PAS** chez ses employés:

- a) Ne pas contrôler le stock.
- b) Ne pas ouvrir le magasin aux heures régulières.
- c) S'abstenir d'en faire un peu plus que ce pour quoi on est payé (Il paraît que c'est un signe certain qu'on manque d'enthousiasme, de confiance et d'intérêt dans le travail à faire).
- d) Quitter le magasin trop fréquemment durant les heures de travail.
- e) Une diminution dans les ventes.
- f) Se montrer trop susceptible; autrement dit être prêt à riposter à la moindre provocation.

L'ACTUALITE

Rio de Janeiro vient d'engager une mission du métro de Paris pour étudier les possibilités de créer un métro à Rio.

On nous annonce des États-Unis que le Polyéthylène glycol tertiaire dodécylthioéther de la Sharples Chemical Co., mouillant non-ionogène d'une haute activité, s'utilise de plus en plus dans la fabrication des produits phytopharmaceutiques à cause de son fort pouvoir pénétrant et de son faible pouvoir moussant.

En 1931, lorsque la Belgique payait en salaires 100 francs, la France payait 116 fr.; l'Angleterre 168fr.; la Hollande 142 fr.; l'Allemagne 211 fr.

En 1949-50, lorsque la Belgique payait en salaires 100 francs; la France payait 58 fr.; l'Angleterre 100 fr. b.; la Hollande 64 fr.; l'Allemagne 76 fr.

Il est question de rationner le papier-journal aux États-Unis.

INNOVATION COMMERCIALE



Estampes en plastique transparent
Voyez ce que vous estampez; évitez les erreurs.

Plus léger, plus économique.
Pas plus dispendieux que les estampes de bois, même les plus récentes.

DEMANDEZ NOS PRIX

DOMAINE de la CLASSIFICATION

Pour avoir du succès dans votre classification, servez-vous de la chemise à classement "**RICHELIEU**", manufacturée dans le QUÉBEC, de toute première qualité. Demandez échantillon pour vous convaincre. Pour la première fois, des Canadiens-Français vous fournissent une chemise de première qualité à des prix populaires.

RICHELIEU
R

Cette annonce vous vaut 10% d'escompte sur l'achat de toute quantité de chemises "**RICHELIEU**"

LE SPECIALISTE DU BUREAU, Inc.

H.-E. LAVALLÉE, président-gérant

939, 2ième AVENUE, Limoilou,

Tél. 3-6573

QUEBEC

Demandez les formules réglées pour comptabilité de tous genres ainsi que couverts "binders" de Villemaire & Frères Ltee, appelés Vimy & William

Cette attitude n'attire jamais la clientèle et n'améliore rien dans les conditions de travail de qui que ce soit.

- g) Une mine renfrognée ou une disposition "négative" de la personnalité.
- h) La paresse pure et simple.
- i) Trop d'attractions extérieures; les maladies trop fréquentes ou la peur de se salir les mains.
- j) Tout manque de considération pour l'acheteur comme, par exemple, de fumer devant les clients.
- k) Perdre patience en face d'un client désagréable.
- l) Ne pas tenir le magasin méticuleusement propre.
- m) La négligence dans la tenue des livres. .
- n) L'insuffisance de "turnover" autrement dit de rotation sur les marchandises payantes.

Il y en a d'autres, mais ces motifs de renvoi sont ceux auxquels on attache le plus d'importance.

LES DEPENSES — Les frais sont réduits à leur plus simple expression d'une foule de manières — surtout les petites dépenses. Il est clair, par exemple, que si une chaîne de 15,000 succursales utilise seulement 1/10 de sou de trop de papier sur les emballages vingt fois par jour dans chaque établissement, cela représente une perte directe d'environ \$300 par jour, ou d'approximativement \$93,000 par année! Je le répète, avec les chaînes de magasins, ce sont les petits détails qui comptent. On s'y montre particulièrement prudent dans l'achat des fournitures. S'il y a pour \$200 de fournitures inutiles dans chaque succursale d'une chaîne de 15,000 magasins, cela représente un placement improductif de trois millions (\$3,000,000) — c'est beaucoup d'argent que l'on peut investir plus profitablement ailleurs. La dépréciation, les assuran-

L'ACTUALITE

Comme toujours, l'Inde est au bord de la famine, et il y a à l'heure actuelle un déficit de 5 millions de tonnes de céréales. D'ores et déjà, on craint que le plan gouvernemental qui vise à assurer la subsistance de la Nation à partir de 1952 soit un échec.

La hausse du caoutchouc a eu, sur le terrorisme malais, des effets lénifiants. Malgré les attentats contre les planteurs, la production atteint en 1950 le chiffre-record de 700,000 tonnes.

D'autre part, les expéditions vers Hong-Kong et vers la Chine ont atteint 83,000 tonnes, contre 30,000 l'année précédente.

Certaines usines métallurgiques hollandaises acceptent des commandes par priorité si les clients les fournissent en matières premières.

L'Institut pour l'Étude des Marchés vient de réaliser un sondage restreint pour être documenté sur la notoriété relative des marques de produits alimentaires.

Dans chacune des treize catégories de produits envisagées, la marque vedette est, en moyenne, connue par 62% des ménagères tandis que la seconde marque n'obtient plus que 31%, soit exactement la moitié. Les pourcentages des marques suivantes sont déjà extrêmement bas.

E-J. CHARTIER & CIE INC.
CHARBON
ANTHRACITE
GALLOIS & AMERICAIN
COKE
 11 ST. ROCH
2-6895

ces et les intérêts, sur une pareille immobilisation de capital, représentent une jolie somme.

VOLUME DES VENTES ET "TURNOVER" — La rotation du stock et le volume des ventes sont les mots de passe qui permettent d'arriver à réaliser un bénéfice. Aucun excédent de marchandises n'est porté en magasin. On en commande juste assez pour attendre les expéditions hebdomadaires ou mensuelles. **ON SURVEILLE LE MARCHE** et on achète juste ce qu'il faut — pas davantage. Un article qui ne se vend pas n'est pas toléré sur les tablettes; le prix en est réduit et il faut qu'il disparaisse. Ne l'oublions pas, les "chaînes" vendent au **COMPTANT**.

LA PROPRETE — Le magasin doit être tenu impeccablement propre, même s'il faut, pour cela, épousseter les tablettes une fois par jour et essuyer chaque article au moins une fois par semaine. La marchandise est disposée de façon attrayante, proprement, et elle est offerte à des prix non moins attrayants. Ce serait une erreur de croire que les chaînes de magasins vendent de la camelote: on y offre des articles de qualité à des prix que personne ne peut qualifier de ridicules. Et puis, on prend bien soin d'étaler d'une façon invitante la marchandise payante. Les commis sont toujours d'une propreté immaculée et ils savent se montrer polis. D'habitude, ils sont soigneusement entraînés à la vente — ils savent comment prendre le client. Il est bien rare qu'on entende dire: "Je regrette, mais nous n'avons plus de cette marchandise", preuve que les stocks sont suffisants pour faire face à toute éventualité. Il y a toutefois de la place pour tout, et chaque chose est à sa place. Les vitrines sont nettoyées et lavées à peu près chaque jour; elles sont renouvelées souvent, à des intervalles réguliers.

AVANTAGES QUE POSSEDENT LES DETAILLANTS INDEPENDANTS — Les "chaînes" n'ont le dessus sur les détaillants indépendants que dans un nombre extrêmement limité de circonstances. Je m'en rends compte, il est très difficile pour un détaillant indépendant d'admettre cette vérité; il faudrait qu'il eut la chance de travailler pour le compte d'une chaîne d'épiceries pour changer d'opinion.

Mais si les indépendants (et je parle ici des véritables marchands, qui aiment leur métier et qui veulent y rester) si ces marchands voulaient seulement apprendre à dire "NON", à se ressaisir, à s'éveiller, à travailler, à étudier et à lutter comme ils faisaient quand ils ont commencé; s'ils manifestaient le même enthousiasme, la même foi en eux-mêmes, la même détermination de réussir, je vous garantis qu'aucune chaîne de magasins ne parviendrait à leur enlever un seul client. Il me semble que ce devrait être facile de faire mieux que le gérant d'une succursale de magasins en série. Le marchand est son propre maître.

PETITS DESASTRES ECONOMIQUES

Au cours d'une conversation avec un ami, je dressais récemment, de mémoire, une liste des grosses maisons d'affaires disparues, depuis une vingtaine d'années, dans la seule ville de Québec. Presque toutes ces maisons appartenaient à des Canadiens français.

Croyez-le ou non, nous en avons trouvé vingt-sept et nous avons la certitude d'en avoir oublié.

Remarquez bien que nous n'avons tenu compte que des grosses maisons. Combien de petits commerces et de petites industries ont eu le même sort? Un nombre beaucoup plus considérable, évidemment.

La plupart de ces maisons d'affaires sont disparues. Plusieurs ont été absorbées par d'autres ou ont changé de mains, après une liquidation douloureuse pour tous les intéressés, y compris la collectivité québécoise, qui a grandement besoin d'institutions commerciales et surtout industrielles prospères.

Ces entreprises remontaient à une date plus ou moins lointaine dans l'histoire de la ville de Québec. Toutes, elles avaient fait honneur à leurs affaires durant un bon nombre d'années, elles avaient participé au soutien de toutes nos oeuvres publiques, religieuses et privées, etc. Elles étaient un témoignage attestant notre aptitude aux affaires; nous étions fiers d'elles.

Ces mérites rendent leur disparition encore plus pénible pour tous les citoyens convenablement imbus de civisme.

CHARLES DURANCEAU

Ltée

ENTREPRENEURS GENERAUX

2545 JACQUES HARTEL

MONTREAL

Il n'a personne au-dessus de lui pour lui dire ce qu'il doit faire. C'est son argent à lui qu'il cherche à faire fructifier. Après tout, le gérant de "chaîne" n'investit que son temps et pourtant c'est lui qui donne tant de fil à retordre à ses rivaux indépendants.

Un marchand indépendant qui pourrait faire ce que je viens de dire aurait tout le monde et tous les avantages de son côté. Celui qui ne peut rien faire de cela, qui ne peut donner aux gens les marchandises, le magasin et le service qu'exigent les besoins modernes, que la clientèle demande et auxquels elle a droit — eh! bien ce marchand ne vaut guère la peine qu'on s'occupe de lui, car il ne sera pas longtemps en affaires.

La meilleure classe des "indépendants" est formée de ceux qui tiennent à rester leur propre maître, à diriger leur commerce pour convenir aux besoins et aux désirs de leur clientèle. S'ils veulent faire quelque chose qu'ils savent avantageux, ils n'ont pas besoin d'attendre l'approbation du "surintendant".

Le public est tout disposé à dépenser son argent dans un magasin de chez lui — chez les siens qui sont en affaires. Mais n'oublions pas que le public est formé d'humains et que ces humains ont tout de même droit à certains égards. Les gens ne regardent pas de dépenser leur argent dans un endroit propre, bien éclairé, où il y a abondamment de marchandises, où l'on vend à des prix raisonnables, où le stock est varié et frais, où chaque article est marqué et où les accueille un personnel courtois, propre, et qui jamais, au grand jamais, ne perd patience ou se montre hargneux.

En regard de tous les avantages que paraissent avoir les "chaînes", ils ont sûrement un désavantage. Leurs présidents, vice-présidents, actionnaires, surintendants, surveillants, teneurs de livres, employés de bureaux, commis, gérants, chauffeurs de camions et tant et tant d'autres, représentent des frais que les détaillants indépendants n'ont pas à envisager et qui placent les "chaînes" dans une position d'infériorité. Les chaînes de magasins doivent même faire face à

En effet, c'est manquer de civisme que de rester indifférent aux malheurs des institutions économiques qui sont à la fois l'indice et la cause de la prospérité générale.

Au contraire, c'est faire preuve du meilleur civisme que de vouloir intensément le progrès de toutes les institutions et personnes appartenant à la collectivité dont on fait partie soi-même. C'est le civisme qui incline chaque citoyen à voir dans la prospérité de son entourage le principe de ses propres succès.

Pourquoi tant de nos maisons d'affaires les plus importantes sont-elles passées par des crises aussi désastreuses? Evidemment, les explications peuvent être nombreuses. Voici peut-être quelques unes des meilleures :

Les chefs de nos maisons d'affaires canadiennes-françaises, assure-t-on, commettent plus souvent qu'à leur tour la faute d'omission que voici : ils se conduisent comme si, après eux, ce devrait être le déluge. Trop souvent, par exemple, ils négligent de former leurs successeurs en confiant peu à peu les responsabilités administratives à celui ou ceux qui seront appelés à les remplacer un jour ou l'autre.

Souvent, le chef d'une maison d'affaires néglige de désigner lui-même, pour lui succéder, le plus compétent de ses fils. Alors, si bien intentionnés qu'ils puissent être, les héritiers sont exposés à éprouver les plus grandes difficultés dans la répartition des pouvoirs et la réorganisation nécessaire.

Parfois, il eût suffi d'un mot pour prévenir des imbroglios susceptibles d'entraîner la disparition d'une maison jouissant de la confiance générale.

En plusieurs cas, une maison d'affaires disparaît, parce que le chef, heureux durant la première partie de sa carrière, ne constate pas assez vite les changements profonds qui se produisent dans les conditions de son commerce ou de son industrie. Un bon coup de barre pourrait sauver

Tél. LAncaster 0251

Omer De Serres Limitée

- * -

Ferronneries, Machineries, Plomberie,

Radios, Articles de Sport, etc.

1406, rue St-Denis,

MONTREAL

Jacques Forget

Gilles Forget

Maurice Forget

FORGET & FORGET

MEMBRES de la BOURSE de MONTREAL
MEMBRES du MONTREAL CURB MARKET

- * -

51, rue St-Jacques-ouest,

BE. 3951

des dépenses plus fortes que les revendeurs — aux frais des revendeurs (jobbers) et des détaillants, ils doivent en effet ajouter leurs propres frais d'organisation.

ESCOMPTE SUR LES QUANTITES — Le peu que les magasins en série peuvent obtenir d'escompte sur leurs achats en quantités est à peu près tout absorbé par les frais mentionnés antérieurement et par les ré-expéditions. Présentement, les chaînes de magasins ne peuvent obtenir guère plus d'escompte sur leurs achats par quantités que la moyenne des grands magasins indépendants qui conduisent leur commerce sur une base saine. Les manufacturiers se rendent compte que s'ils accordent aux magasins en série tous les avantages sous le rapport des prix, il ne leur restera bientôt plus que les "chaînes" comme clientèle et qu'alors ceux-ci pourront imposer les prix qu'ils voudront. Les leçons du passé ont porté fruit.

LES "OUI-DIRE" — Contrairement à ce que l'on est porté à croire, les "chaînes" n'attendent pas qu'une marchandise leur soit offerte par le voyageur avant de l'avoir en stock, pas plus qu'ils n'attendent d'être invités pour ouvrir une nouvelle succursale. Certes, un voyageur peut vendre à une succursale de magasins en série et, de fait, des ventes sont faites tous les jours par l'intermédiaire des voyageurs. On y achète en tenant compte de la qualité autant que du prix. Le plus surprenant, c'est que les marchandises qu'ils refusent d'acheter sont les prétendues "occasions", parce qu'ils se montrent jaloux de leur réputation vis-à-vis le public et qu'ils veulent à tout prix donner au client pour la valeur de son argent. Lorsqu'un voyageur se présente dans un de ces magasins en série, il n'entend jamais d'excuses idiotes pour motiver le refus des marchandises qu'il offre. On y vend au comptant et on y achète au comptant. Jamais on cherchera à "descendre" le voyageur ou ceux qui représentent des maisons concurrentes.

QUI EST LE MAITRE ? — Dans une succursale de magasins en série, le maître, c'est le gérant ... et ses ordres font loi. Les mêmes rapports d'autorité existent entre le gérant et le surintendant qu'entre les commis et le gérant. Quand un supérieur demande de faire telle ou telle chose, c'est cela et pas autre chose qu'il exige. Toutes les fois que vous le lui demandez, le gérant peut vous dire avec une surprenante exactitude ce qu'il a en stock et ce qu'il n'a pas. Il est le maître et il le prouve.

RESUME — On peut résumer comme suit les différents points dont il a été question plus haut: restriction de l'ameublement et des accessoires au strict nécessaire; TRAVAIL; rotation rapide de la marchandise, fort volume des ventes; VENTE AU COMPTANT; surveillance des dépenses en faisant attention

le navire emporté par des vents contraires. Mais une fidélité excessive à des méthodes devenues désuètes empêche notre "self made man" d'appliquer aux grands maux les grands remèdes. Pourtant, il est bien évident que le commerce et l'industrie se renouvellent sans cesse et que la technique des affaires est infiniment plus compliquées aujourd'hui qu'au début du siècle.

Il est bon que le chef administratif se familiarise avec la théorie des affaires, s'il en est capable, ou qu'il assure à un plus jeune — son fils, quand c'est possible — une formation théorique des affaires.

Après quoi, il faut savoir concilier, dans la direction de la maison, l'expérience précieuse du père et les connaissances théoriques non moins précieuses du fils. Il paraît que cela demande, chez l'un comme chez l'autre, beaucoup de tact, voire un certain esprit de sacrifice.

Mais quand on veut atteindre une fin, il faut prendre les moyens, si désagréables soient-ils.

Est-il nécessaire d'ajouter, en conclusion de cet article, que nos remarques ne visent aucun cas concret? Tout simplement, nous livrons au public ces réflexions, parce que nous voulons beaucoup de bien à la société dont nous faisons partie, ce qui nous amène à souhaiter la permanence et la prospérité de toutes nos maisons d'affaires, grandes, moyennes et petites.

Si nous pouvions ainsi contribuer à prévenir un seul désastre dans notre monde industriel et commercial, nous serions satisfait d'avoir livré à nos lecteurs ces quelques réflexions dictées par notre sympathie pour tous les hommes d'affaires dignes de leur état. — Eugène L'HEUREUX, dans l'Opinion Libre.

Gairdner & Company Limited Gairdner, Son & Company

Courtiers en valeurs mobilières



Membres des
Bourses de Montréal et Toronto
du Curb de Montréal

Tél. 4-4618

93, rue St-Pierre,

Québec

aux petits détails; PROPETE du magasin et du personnel; pas de perte de temps pour la clientèle et les commis; de l'annonce; se mêler de ses affaires et seulement de ses propres affaires — voilà à peu près tout ce que nous enseignent les magasins en série. En somme, ce n'est qu'une application du GROS BON SENS à la vente au détail.

LES GROCETARIAS — Il y aura bientôt huit ans que j'ai tenté mon expérience avec les "chaînes". Depuis, les changements suivants de tactiques et quelques améliorations ont été notés:

Consolidations de plusieurs magasins ordinaires afin de former un vaste "super-magasin". Ce système offre l'avantage d'éliminer plusieurs petites succursales et de réduire prodigieusement les frais d'opération. Ces "super-magasins" sont précisément ce que leur nom indique. La marchandise y est présentée en groupes d'"ilots" et aucune tablette n'y est assez élevée pour n'être pas accessible à la vue de tous les clients. Les "ilots" sont groupés et désignés: "Nécessités de maison" — "Fruits en Conserve".

Voilà ce que nous apprend M. Ansley. Ces paroles méritent, je crois, d'être largement répandues parmi les détaillants indépendants du commerce d'épicerie.
Louis-A. Belisle.

Le prix élevé des constructions navales a forcé beaucoup de firmes américaines à commander de nouvelles unités en Europe. 41 sont en construction en Grande-Bretagne, Allemagne, Belgique, Hollande et Norvège, 29 unités seulement sont en construction en Amérique.

Une des suites de la nationalisation des mines en Grande-Bretagne: la Grande-Bretagne va importer un million de tonnes de charbon. Elle a cependant «coupé» autant que possible dans la distribution de charbon de soude.

Les Danois viennent de vendre à la Pologne des bateaux contre du charbon.

J.-A. GIGUERE,

Gérant

J.-O. HALLE,

Gérant-adjoint

**MONTREAL LIFE
INSURANCE COMPANY**

288, rue ST-JOSEPH,

QUEBEC, P.Q.

Bureaux: MONTREAL, TROIS-RIVIERES,

RIMOUSKI, SHERBROOKE.

L'HUMOUR CHEZ LES CANADIENS

Devant une chose manifestement ridicule ou tout simplement risible, nombre de gens demeurent impassibles comme des carpes en eau glacée. L'anecdote la plus spirituelle, le récit le plus désopilant parviennent à peine à les dérider. Que leur manque-t-il, à ces gens? Disons-le sans détour, c'est le sens de l'humour, c'est-à-dire cette faculté à la fois naturelle et perfectible de saisir, dans un éclair, le contraste entre la réalité et l'idéal, entre le concret et l'imaginaire. Dans ce domaine, les tout jeunes enfants dament souvent le pion aux adultes. Leur imagination toute neuve leur permet d'entrevoir plus facilement toute la distance qui existe entre ce qu'ils peuvent faire et ce qu'ils voudraient faire. D'où le haut comique qui se dégage tout naturellement de leurs gestes, de leurs attitudes ou de leurs paroles.

Comme on vient de le laisser entendre, le malheur, c'est que beaucoup de gens perdent en vieillissant ce sixième sens qu'ils possédaient dans leur enfance et qu'ils n'ont pas su ou pu cultiver. L'entourage familial et social y est évidemment pour quelque chose. Il est plus facile de perfectionner son sens de l'humour dans une famille, dans une ville ou dans un pays où ce sens est particulièrement à l'honneur.

Le summum du sens de l'humour, c'est, paraît-il, de pouvoir rire volontiers de soi-même. A ce jeu délicieux, les Anglais excellent, eux qui ont inventé ce mot de sense of humor (qui diffère assez sensiblement, comme on sait, de l'esprit français ou du "sel gaulois"). Ici, tout naturellement, une question surgit à l'esprit: les Canadiens ont-ils, oui ou non, le sens de l'humour?

Pour le maire Romuald Bourque, d'Outremont, nous en manquons trop. Et il le dit sans rire. "A mesure que les Canadiens avancent dans la vie, déclarait-il récemment à un groupe de jeunes gens, ils deviennent de plus en plus stuffed shirts, c'est-à-dire "collets montés". Il y a assurément — et malheureusement — beaucoup de vrai dans cette affirmation peut-être un peu trop générale. Mais, en définitive, ce fait n'est-il pas d'observation journalière? Le nombre des gens visiblement pénétrés de leur importance n'est-il pas trop grand par rapport à ceux chez qui l'esprit critique sert de base au sens de l'humour? En posant cette question, on laisse à chacun le soin de répondre, sachant d'avance que la réponse ne saurait être autrement qu'affirmative... Un moraliste — ou humoriste — n'a-t-il pas déjà dit que "tout le monde se plaint de sa mémoire et personne de son jugement?"

DE LA LECTURE POUR TOUS

IL y a longtemps que l'on discute au Canada français la question de savoir si nous avons une littérature. Le réveil littéraire de ces dernières années nous permet de dire que nous en avons aujourd'hui au moins le noyau du commencement d'une. Nous en aurions sûrement davantage si nos gens lisaient plus. Nos littérateurs manquent de lecteurs. Les meilleurs d'entre eux se considèrent fort heureux quand un ouvrage qu'ils ont réussi atteint un tirage d'une dizaine de milliers d'exemplaires, ce qui n'est pas le Pactole et ne leur permet nullement de vivre de leur plume. Seule la publication d'une traduction anglaise permet aux plus veinards d'espérer une juste rémunération de leur travail.

Pour que la littérature canadienne-française prenne l'importance que nous désirons tous, il faut nécessairement que le goût de la lecture se développe davantage chez nous, ce qui ne peut se faire que par la multiplication des bibliothèques publiques non seulement dans les grandes villes, mais dans les petites et aussi dans les villages. Notre province ne compte aujourd'hui que 13 bibliothèques publiques d'une certaine importance, dont plusieurs de langue anglaise. Elle ne possède qu'environ 300 bibliothèques paroissiales, alors qu'il devrait y en avoir dans les plus humbles villages.

Les gens qui se permettent de critiquer cette lacune blâment généralement les pouvoirs publics, faisant des comparaisons humiliantes pour nous entre les sommes que dépensent respectivement les divers gouvernements provinciaux pour aider à l'établissement et à l'entretien de bibliothèques publiques. Avant de prononcer une condamnation, il est bon de se demander si les individus font bien leur devoir de ce côté. Que les citoyens des villes et villages sans bibliothèque publique se remuent d'abord un peu, et ils pourront ensuite réclamer des secours des pouvoirs publics. Il doit se trouver dans chacun de ces endroits un citoyen de bonne volonté qui pourrait lancer le mouvement, grouper d'abord autour de lui des jeunes gens et des jeunes filles pour solliciter les livres mis au rancart dans les foyers, puis organiser des soirées récréatives dont les recettes serviraient à l'achat de livres neufs qui formeraient le noyau d'une bibliothèque. Une fois cette tâche accomplie, les organisateurs seraient justifiables de s'adresser au Secrétariat de la province pour obtenir un exemplaire de chacun des livres canadiens qu'il achète. Ce serait travailler en faveur de nos auteurs et contribuer au progrès de la littérature canadienne.

Un tel mouvement ne saurait se généraliser sans propagande. Pour l'animer, il faudrait un

bon propagandiste qui irait semer la bonne parole dans tous les centres dépourvus de bibliothèques. Le gouvernement provincial, qui a raison de charger de nombreux propagandistes d'aller éclairer nos populations rurales sur les meilleures méthodes agricoles ou sur divers autres problèmes d'ordre matériel ne devrait pas hésiter à charger un homme compétent d'aller prôner la nécessité d'établir des bibliothèques publiques là où il n'y en a pas.

On fait beaucoup pour le sport dans notre province. Il n'est guère de ville qui ne possède son centre sportif, petit ou grand, ou qui ne projette d'en établir un. C'est là un souci fort louable, mais une bibliothèque publique est au moins aussi nécessaire qu'un centre sportif. Il importe de développer l'esprit autant que les muscles. Encourager le goût de la lecture par des bibliothèques publiques est certes le meilleur moyen de relever le niveau intellectuel de notre population et par conséquent celui de notre littérature.

C'est à l'élite qu'il appartient de faire les premières démarches. Ce mouvement existe heureusement depuis quelque temps, et ce que nous en disons ne vise qu'à l'activer. Nous nous plaçons à signaler ce que font dans ce sens nos amis de Chicoutimi, qui ont récemment mis leur Colisée à contribution pour la bibliothèque qu'ils sont en train d'établir et qui sera ouverte bientôt. Une somme de \$700, provenant de la recette d'une joute de hockey, a été ainsi mise à la disposition du comité de la bibliothèque. C'est là un exemple qui devrait être suivi ailleurs. — *Alonzo CINQ-MARS, "La Patrie"*.

G. E. Leslie & Co.

Courtiers en valeurs et agents de placement
en général.

Membres du *Montreal Stock Exchange* et du
Montreal Curb Market.

Service du ticker entre Montréal et Toronto.

Bureau-chef:

Edifice Banque Royale,

Montréal

Succursales: Halifax, N.E., Sydney, N.E.,
St-Jean, N.B., Moncton, N.B.

Service télégraphique privé avec les provinces Ma-
ritimes, New-York, Toronto et autres centres
financiers importants.

L'INDUSTRIE DU SUCRE DE BETTERAVE AU CANADA

AU cours des années récentes, la consommation de sucre au Canada s'est élevée à quelque 100 livres *per capita* — beaucoup moins que la consommation *per capita* de 140 livres en Australie, mais beaucoup plus que celle d'Europe, qui est d'environ 40 livres par tête. Presque la moitié des 100 livres de consommation *per capita* sert à l'industrie canadienne comme ingrédient dans la préparation des produits tels que conserves de fruits et fruits gelés, produits de la boulangerie, aliments pour déjeuner, crème glacée, bonbons, lait condensé et conserves de viande. En 1950, les ventes de sucre au Canada ont atteint 1,390,409,122 livres, soit 32,583,496 livres de plus que l'année précédente. Cet accroissement tient en somme à l'accroissement de la population canadienne plutôt qu'à une augmentation de la consommation *per capita*. Sur l'ensemble des ventes de sucre au Canada, l'an dernier, le sucre de betterave figure pour 14 p. 100.

La récolte canadienne de betterave à sucre en 1950, la plus forte jusqu'ici, a dépassé toutes les prévisions. Dans les quatre provinces productrices — Ontario, Alberta, Manitoba, et Québec — on a récolté 1,115,164 tonnes, soit 30 p. 100 de plus que le record de 1949. On en a traité 382,835 tonnes en Ontario, 445,164 en Alberta, 149,800 au Manitoba et 137,900 au Québec. Le Manitoba et le Québec sont des nouveaux venus, tandis que l'Ontario et l'Alberta ont été les premiers pionniers qui aient réussi à implanter au Canada la culture et le traitement des betteraves à sucre.

Ce n'est que depuis deux siècles que s'est développée la production du sucre de betterave. Le sucre de canne a généralement été considéré comme le produit principal et toutes les nations du monde comptaient, pour s'approvisionner, sur les nations tropicales. L'importance du développement de la betterave à sucre pour l'autonomie de l'Europe en matière de sucre ressort du fait que la production de sucre de betterave, qui, avant la Grande Guerre I, se confinait surtout à l'Europe, égalait alors presque celle du sucre de canne. La réduction des cultures de betterave sucrière durant cette guerre amena une extension marquée des plantations de canne à sucre, soulignant ainsi les rapports étroits des deux produits. En 1949-50, le sucre de betterave représentait un tiers de la production mondiale de sucre.

La première raffinerie de sucre de betterave remonte à 1806. Cependant, à la fin du XVIIe siècle, un Français, Olivier de Serres, fit quelques expériences sur des betteraves et écrivit: «La racine de betterave, bouillie, donne un jus semblable au sirop de sucre.» Mais celui qui mérite vraiment le titre de pionnier de cette industrie fut le professeur Andreas Marggraf, qui, en 1747, fit à l'Académie de Berlin une communication sur la production des cristaux de sucre de betterave. La sucrose chimique, extraite de la canne ou de la betterave, était de même composition et pure à 99.9 p. 100. Franz Achard, un élève du professeur Marggraf, poursuivit les recherches de son maître sur l'industrie de la betterave sucrière. Il étudia plusieurs autres produits et trouva que c'est la betterave qui a la plus forte teneur en sucre. Frédéric III de Prusse encouragea cette étude, en accordant une propriété assez grande pour y faire des expériences. La ferme expérimentale est encore importante pour la création de variétés nouvelles plus riches en sucre et de variétés capables de mieux s'acclimater à la zone tempérée.

L'industrie du sucre de betterave s'implanta solidement en Europe, surtout grâce à la cessation du commerce de sucre d'outre-mer durant les guerres napoléoniennes. En 1811, comme la flotte anglaise menaçait les ports de France, Napoléon ordonna de réserver 79,000 acres de terre à la culture de la betterave. En 1812, il commença à construire dix nouvelles usines de sucre de betterave et prohiba l'importation du sucre de canne des Indes Occidentales. En 1813, la production française de sucre de betterave avait atteint 2,200 tonnes; et l'Allemagne et l'Autriche tendaient aussi à se suffire. Aujourd'hui, la Russie est de loin le premier pays producteur de betteraves à sucre — quelque 2,700,000 acres en 1948, près de quatre fois autant qu'aux États-Unis,

JOHN McFETRICK

R. H. SCARLETT

McFetrick-Scarlett & Co.

Courtiers en valeurs mobilières

Membres

The Toronto Stock Exchange
Montreal Curb Market

132 ouest, St-Jacques.

Montréal

Téléphone PL. 8525

la même année et sept fois autant qu'au Royaume-Uni. Cette année-là, le Canada en cultivait 60,000 acres.

L'industrie du sucre de betteraves au Canada s'est développée à des époques et suivant des façons différentes dans les quatre provinces productrices, Ontario, Alberta, Manitoba, Québec. Aussi convient-il de présenter l'histoire de son développement dans ces quatre régions, séparément.

L'industrie au Canada remonte aux années 1881-1891. Des usines furent alors installées dans le Québec, à Coaticook, Berthier et Farnham. On fit venir des experts de France pour diriger le travail et on invita les cultivateurs à produire la betterave. Le manque de capital, l'ignorance des conditions locales de culture de la betterave et l'inexpérience générale amenèrent un échec complet. L'expérience n'en avait pas moins sa valeur. On avait appris que dans une industrie où la marge de profit est étroite, la saison courte et l'usine coûteuse, il est nécessaire d'engager un capital considérable et d'avoir une usine complète en exploitation dès le début. Lorsque cette industrie fit son apparition en Ontario en 1900, elle put éviter jusqu'à un certain point les premières erreurs et la fabrication du sucre de betterave put devenir une industrie solide au Canada.

En 1902, on construisit une usine à Wallaceburg, en Ontario, pour le raffinage du sucre de betterave. Projet précaire qui, sans la foi de ses premiers directeurs, qui risquèrent leurs fortunes personnelles sur ses chances de succès, aurait pu subir un rude échec. En fait, d'autres usines furent bâties, la même année, à Dresden, Warton et Berlin (aujourd'hui Kitchener), mais les déconfitures furent nombreuses et seule l'usine de Wallaceburg survécut aux premières années d'épreuve.

En 1916, on construisit à Chatham une usine d'une capacité de 1,500 tonnes par jour. L'amélioration des usines et la modernisation du matériel ont porté la capacité réunie des usines de Wallaceburg et de Chatham à 5,500 tonnes par jour. Le sucre de betterave est maintenant la principale industrie du comté de Kent.

L'industrie du sucre de betterave en Alberta est plus ancienne que la province elle-même. Elle remonte à 1903, deux ans avant la création de la province d'Alberta à même les Territoires du Nord-Ouest. Cette année 1903, on ouvrit une usine à Raymond.

Durant la période de colonisation de l'Église des Saints du Dernier Jour, l'habileté mécanique acquise dans l'Utah servit dans les prairies arides à construire un vaste réseau d'irrigation. Une récolte fut ainsi assurée aux premiers colons, grâce à l'audacieuse entreprise de Jesse Knight, industriel et

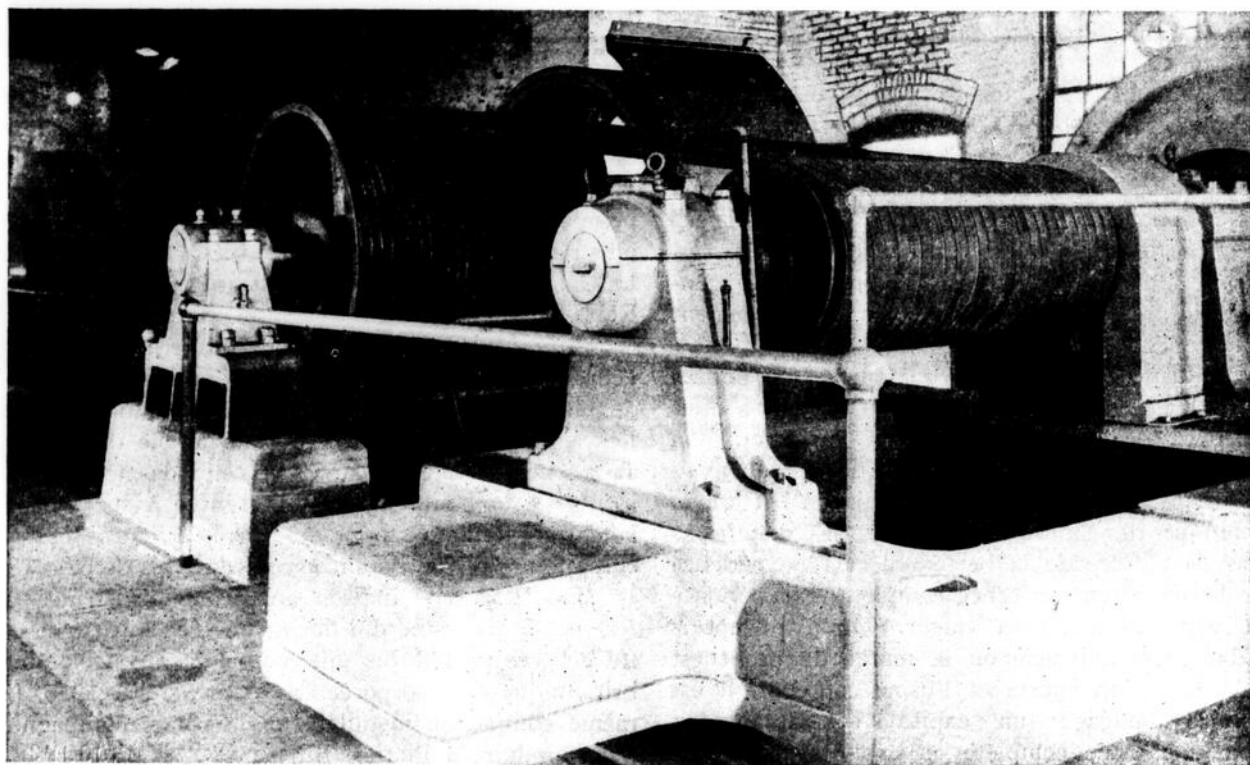
philanthrope de l'Utah. Avec ses fils, William et Raymond, il construisit la première fabrique de sucre de betterave de l'Ouest canadien, dans la nouvelle ville de Raymond, du nom de son fils. Cette entreprise disparut en 1914, les producteurs ayant trouvé plus rémunérateur de cultiver le blé que la betterave. La Compagnie dut fermer l'usine et la déménager aux États-Unis.

Après la Grande Guerre I, on irrigua de nouvelles terres dans cette région. Cependant la zone du blé de l'Ouest s'étendait chaque jour davantage. Les agriculteurs constatèrent que le blé des terres chères ne pouvait concurrencer celui des terres non irriguées à bon marché. La betterave à sucre était la culture indiquée pour ces terres irriguées et les cultivateurs se tournèrent encore une fois de ce côté.

En 1925, une maison américaine construisit à Raymond une usine qui obtint un succès variable et fut achetée en 1930 par une compagnie de Colombie britannique et incorporée en Alberta. En 1936, la même compagnie installait une seconde compagnie pour produire à Picture Butte.

Le développement de l'industrie du sucre de betterave dans le Québec et le Manitoba est assez récent, et celle-ci a su éviter certaines des vicissitudes qui ont caractérisé ses débuts ailleurs. La première raffinerie de sucre de betterave au Manitoba fut achevée en 1940; elle peut traiter 150,000 tonnes de betteraves par saison. En 1950, la récolte l'a emporté sur 1949, mais la teneur en sucre (environ 16 p. 100) a été moindre, de sorte que la production totale de sucre — environ 36,000,000 livres — est presque la même que l'an dernier. Dans l'ensemble, le rendement à l'acre est plutôt faible au Manitoba, soit 15 p. 100 de moins que la moyenne du Canada et 27 p. 100 au-dessous de la moyenne de l'Alberta. En 1949, le Manitoba Sugar Company a étendu ses opérations de la production du sucre de betterave — pour laquelle son usine fut d'abord construite, au sucre de canne importé des Indes Occidentales britanniques. Le motif paraît être le désir de stabiliser l'industrie sur le plan annuel plutôt que saisonnier.

La section québécoise de l'industrie débuta en 1881, mais en dépit des primes à la production, elle échoua et dut fermer. Ce n'est qu'en 1941 que l'industrie reparut dans cette province. C'était, cette fois, un projet du Gouvernement provincial en vue d'élargir le fondement de l'industrie agricole dans la Province. En 1944, on érigea une usine à St-Hilaire, au sud de Montréal. Cette usine peut traiter la récolte d'environ 10,000 acres de betteraves. Lorsque l'usine a terminé ses opérations vers la mi-janvier, cette année, elle avait tiré quelque 35 millions de livres de sucre de 137,900 tonnes de betteraves.— *Lettre Commerciale de la Banque canadienne de Commerce.*



LA TRANSMISSION MODERNE DU POUVOIR

Le système de commande par courroies en "V" pour la transmission du pouvoir est une innovation relativement récente. Depuis quelques années, ces genres d'installations ont connu une popularité sans précédent vu les nombreux avantages et le rendement supérieur que l'on obtient.

Ainsi, la vignette ci-dessus illustre une installation de commande par courroies en "V" transmettant un pouvoir de 800 H.P. pour actionner un éventail dans une mine. La solidité de cette installation témoigne l'efficacité et le rendement excellent de ces commandes même dans les applications les plus difficiles.

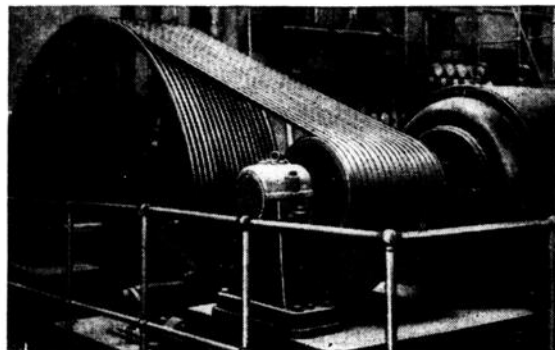
La compagnie FORANO fut une des premières usines au Canada à fabriquer les commandes par courroies en "V" et les demandes sans cesse grandissantes nous ont permis d'acquérir un outillage des plus modernes et des plus efficaces pour ce genre de travail, ce qui nous permet d'offrir un produit

de grande précision pour tous genres d'installations et un service des plus rapides.

En vue d'un meilleur service et pour éliminer les pertes de temps et d'argent, nous vous invitons fortement à moderniser vos installations en employant des commandes par courroies en "V" pour chacune de vos machines.

CARACTÉRISTIQUES des COURROIES en V

- Aucune perte de pouvoir par glissement.
- Efficacité de 97%.
- Silencieuses.
- Faciles à installer.
- Aucun soin particulier.
- Permettent un centre en centre plus rapproché.
- Absorbent les coups et les vibrations.
- Diminuent la tension sur les coussinets.
- Prolongent la durée des moteurs et des machines.
- S'adaptent à n'importe quelle installation.
- Ne requièrent aucune lubrification.

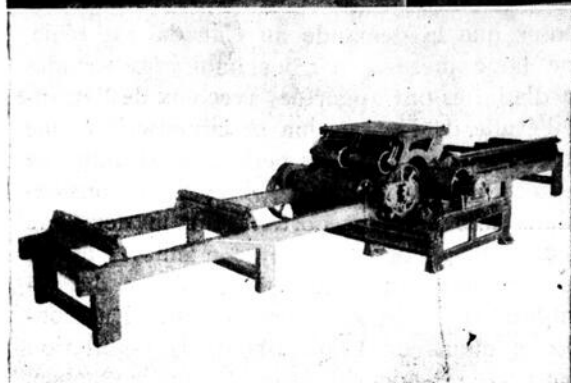
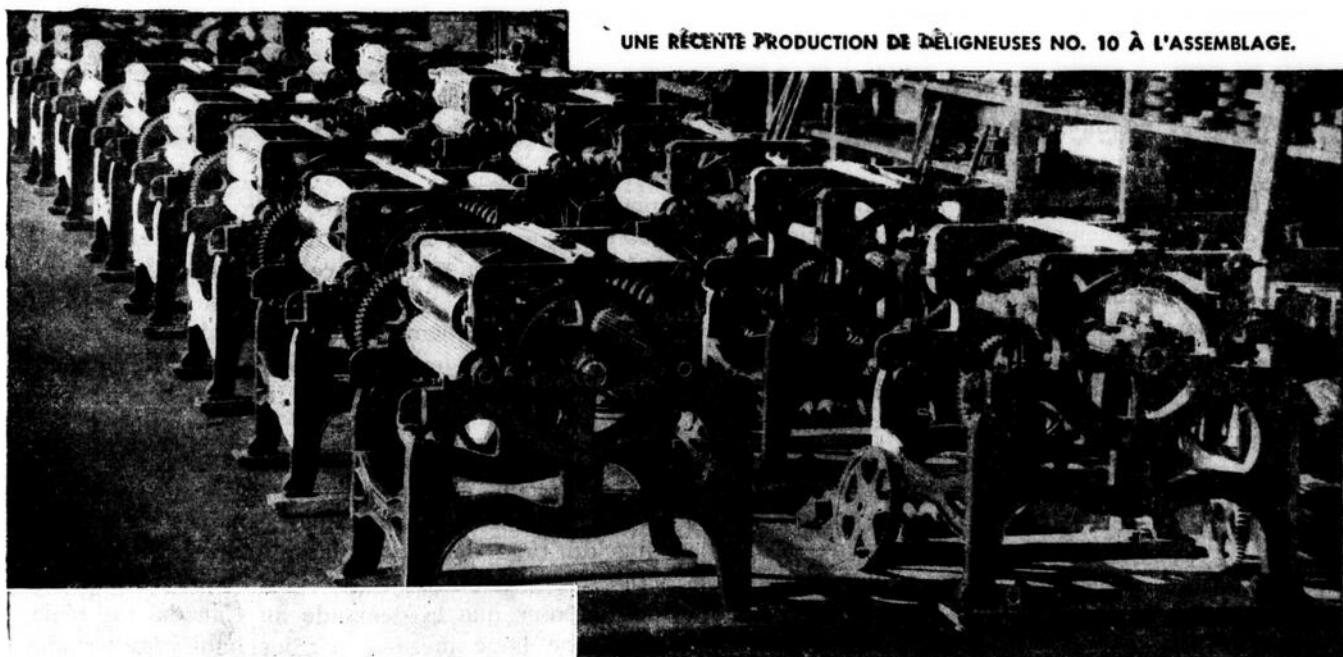


Demandez notre catalogue gratis No. VB-48 de tables simplifiées pour la sélection rapide et exacte des commandes par courroies en "V". Confiez-nous vos problèmes de transmission du pouvoir, nous nous ferons un devoir de vous faire les recommandations nécessaires.

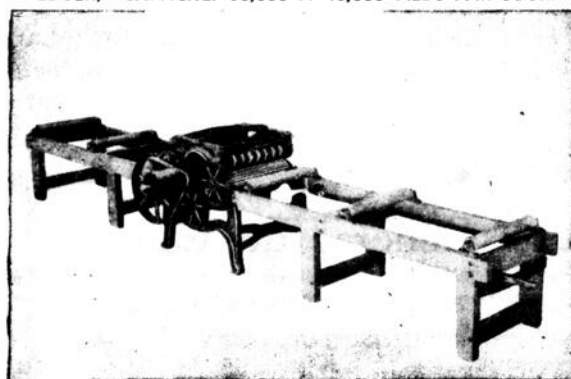


FORANO . . . AU SERVICE DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DEPUIS 1873

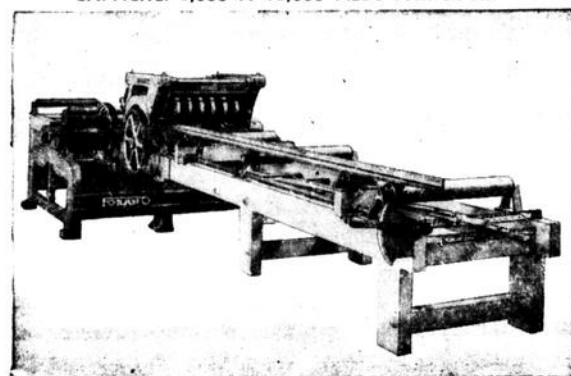
UNE RÉCENTE PRODUCTION DE DÉLIGNEUSES NO. 10 À L'ASSEMBLAGE.



DÉLIGNEUSE NO. 12 À DOUBLE ALIMENTATION (BULL EDGER)—CAPACITÉ: 30,000 À 40,000 PIEDS PAR JOUR.



DÉLIGNEUSE NO. 10 À DEUX SCIES.
CAPACITÉ: 8,000 À 15,000 PIEDS PAR JOUR.



DÉLIGNEUSE NO. 6 À TROIS SCIES.
CAPACITÉ: 15,000 À 30,000 PIEDS PAR JOUR.

Les **DÉLIGNEUSES**

de marque Forano ont prouvé leur efficacité et leur économie depuis de nombreuses années. Elles comportent toutes les améliorations récentes suggérées par notre expérience dans ce genre de travail.

Les Déligneuses Forano vous paient des dividendes en vous permettant un délignage plus exact, une production supérieure et une plus grande économie d'opération.

Forano Limitée est une excellente source d'approvisionnements pour Mécanismes de scie ronde, Scies à ruban, Monte-Billots, Frictions Indépendantes, Scies à refendre, Machines à bardeaux, Machines à débiter le bois rond, Machines à bois de fuseaux, Machines à lattes, Moteurs Diesel, Moteurs à gazoline, Moteurs électriques, Courroies, Poulies, Commandes par courroies en V, Coussinets, etc.

Pour plus amples informations, écrivez ou téléphonez à: Département Scierie FORANO LIMITEE, Plessisville, P.Q.

FORANO

FABRICANTS DE MACHINES DE QUALITÉ DEPUIS 1873

Le recensement de 1951 et l'entreprise

Le prochain recensement recueillera une foule de renseignements utiles à l'entreprise. Chacun de ses questionnaires y concourra. La formule-population, questionnaire qui a le plus d'envergure, demande l'âge, le sexe, l'état conjugal, la citoyenneté, l'origine, l'occupation, etc. Les données obtenues formeront une vaste documentation sur le caractère des marchés de consommation. Ainsi la vente de différentes espèces de marchandises dépend des traits particuliers d'une partie de la population, comme dans le cas des chaussures d'enfants et des groupes d'âges. Le nombre de personnes de langue anglaise, de langue française ou bilingues revêt une importance primordiale pour ceux qu'intéressent les questions de mise sur le marché et de réclame. Les renseignements concernant les occupations, recoupés selon l'âge, le sexe et d'autres données relevées au recensement, serviront à apprécier les marchés potentiels et les ressources de main-d'œuvre. La statistique du gain, établie d'après les salaires et gages, indiquera approximativement le pouvoir d'achat par région. Les rapports du recensement fourniront le nombre et le lieu de résidence des familles canadiennes et comme, pour certaines maisons, c'est la famille plutôt que l'individu qui concerne, ces rapports leur seront particulièrement utiles.

Cette connaissance des caractéristiques de la population est essentielle à une foule de genres de commerce parce qu'elle permet de circonscrire les marchés répondant à des classes particulières.

On comprend facilement comment les données du recensement de la population sont essentielles à tout programme de vente. Comparons, par exemple, la population de Montréal et de Toronto. La première, la plus forte, on croira peut-être que Montréal sera un débouché plus avantageux si l'on ne s'arrête qu'aux totaux. Mais si la solution du problème relève de la démographie, on poursuivra plus loin son enquête car différents traits de la population peuvent avoir une grande importance. La répartition selon l'âge, les traits ethniques, la religion, l'instruction, le lieu de naissance, l'occupation et d'autres facteurs influencent la demande dans les deux villes respectives. La répartition selon l'âge diffère beaucoup à Montréal de celle de Toronto; l'âge moyen est beaucoup plus élevé à Toronto qu'à Montréal, à cause de la natalité différente dans les deux villes. La répartition selon l'âge fait peut-être de Toronto un meilleur marché pour tel produit, malgré une population moindre. Par contre, on trouvera à Montréal pour les articles d'enfants un marché d'autant meilleur que le pourcentage d'enfants y est

pous élevé. Les différences de race et de religion modifient aussi la demande de certains produits.

D'une façon générale, ce genre d'analyse s'étend à tout le Canada. Les éléments constitutifs de notre population marquent profondément le caractère de la demande dans les différentes régions. Des régions ayant même population offrent un débouché bien différent à un produit donné en raison des caractéristiques différentes de la population.

En ce qui concerne l'influence du lieu d'origine sur la demande, par exemple, signalons qu'en 1931 plus du tiers de la population adulte du Canada était d'origine étrangère. N'est-il pas raisonnable de supposer que la demande au Canada est régie, dans une large mesure, par les habitudes sociales que tant d'adultes ont apportées avec eux de l'étranger. Si l'étude de la situation se circonscrit à une province ou à une région plus petite, cette influence tend à s'accroître et mérite d'être prise en considération dans une enquête portant sur la demande d'un produit en particulier; elle se manifeste moins dans les provinces Maritimes mais s'affirme davantage à mesure qu'on avance vers l'Ouest. En Nouvelle-Écosse, moins de 12 p. 100 de la population adulte est née en dehors du Canada; dans le Québec, 14 p. 100; en Ontario, 33 p. 100; au Manitoba, 53 p. 100; en Saskatchewan, 58 p. 100; en Alberta, 64 p. 100 et en Colombie-Britannique, 64 p. 100. La population du Canada, de composition hétérogène, exige une analyse préalable pour quiconque veut

Trust Général du Canada

EXECUTEURS TESTAMENTAIRES

ADMINISTRATEURS

FIDUCIAIRES

RENE MORIN, Administrateur délégué

HONORE PARENT, C.R., Directeur général

MAURICE DESY, C.R., Gérant de la succursale

84 Notre-Dame ouest,

Montréal

71, rue St-Pierre,

Québec

établir un programme de vente reposant dans une certaine mesure sur la démographie.

Le recensement de 1951 fera bien mieux voir la répartition rurale-urbaine de la population; recoupée et utilisée en fonctions d'autres faits, elle sera très précieuse. En outre d'indiquer le chiffre total de la population de tous les centres urbains constitués, les totaux de 1951 feront la distinction entre la population urbaine et rurale d'après une méthode plus judicieuse que dans le passé. Autrefois, les gens étaient classés urbains ou ruraux selon qu'ils vivaient ou non dans un endroit constitué en cité, ville ou village. Les grands projets de construction entrepris dans les banlieues de nos villes depuis quelques dernières années ont rendu cette méthode désuète. On s'inspire maintenant d'une définition beaucoup plus simple: la population urbaine est celle qui vit dans des endroits construits de 1,000 âmes ou plus, constitués ou non. En 1951, on comptera comme auparavant le nombre des résidents de Toronto, par exemple, mais ce qui est encore plus important pour l'homme d'affaires, on comptera aussi les habitants de la région métropolitaine. En outre, on calculera le nombre de personnes étroitement rattachées à Toronto par leur travail, même si elles vivent en dehors des limites de la cité. Les régions rurales périphériques ne comprendront plus les banlieues des grandes villes, elles deviendront véritablement non urbaines.

Plusieurs villes, cependant, ont une très grande superficie. Montréal dépasse 50 milles carrés et la densité de sa population s'élève à 20,000 âmes par mille carré. La connaissance des faits concernant l'ensemble de Montréal ne suffit pas à l'étude d'une foule de problèmes d'écoulement et autres. Par exemple, une chaîne d'épicerie intéressée à savoir où la population et la circulation se concentrent voudra connaître les données du recensement à l'égard d'étendues aussi petites qu'un îlot. Il est impossible de songer à dresser la statistique d'étendues aussi petites, mais on a imaginé une série d'unités statistiques (secteurs de recensement). Chacun de ces secteurs comprend quelques îlots de ville et contient cinq milliers de personnes: on projette pour chacun d'eux un résumé des données du recensement, sur les occupations principales, les industries, l'âge, l'état civil, la religion, des langues, le gain provenant des salaires et des gages, etc.

Depuis le dernier recensement, la situation a beaucoup changé. Dans l'intervalle, nous avons connu le grand cataclysme de la seconde guerre mondiale, qui a bouleversé de fond en comble le régime économique. Il y a eu d'importants déplacements de la population entre les provinces. Depuis l'industrialisation accélérée du Canada, les gens ont

changé d'occupations. La population compte plus de citadins. Le revenu moyen est plus élevé à cause du niveau élevé de l'emploi. Depuis la guerre, des milliers d'immigrants sont venus au Canada. Le recensement de 1950 fera l'inventaire de tous ces changements et fournira au commerce de nouvelles normes. Le prochain recensement fournira de nouveaux et meilleurs moyens grâce auxquels l'entreprise pourra plus efficacement organiser ses programmes, ses ventes et ses répartitions, prévoir et faire la distribution de ses produits et poursuivre ses recherches et son progrès dans le domaine de la réclame.

Ajouté à celui de la population, le recensement du logement donnera un aperçu en quelque sorte panoramique de la population canadienne et des conditions dans lesquelles elle vit. Il sera possible d'établir, avec un certain degré d'objectivité, des comparaisons entre le mode de vie de différentes collectivités ou régions. Ainsi seront révélées les régions dans le besoin, celles qui jouissent d'un degré d'aisance moyen et enfin celles qui sont nettement

Nouvelle émission

\$75,000

**Les Pêcheries du Golfe, Inc.
Gulf Packers Corporation**

(Suppléments protéiques — Huile de hareng, etc.)

PRIVILÉGIÉ

6%

*avec boni d'une action ordinaire pour chaque
achat de deux actions privilégiées valant chacune
\$50.00 au pair.*

CONSEIL D'ADMINISTRATION:

Louis-A. Belisle, Éditeur et industriel, Qué.
Ernest-J. Sanschagrin, M.S.C., comptable,
Québec et Rivière-Trois-Pistoles, P.Q.
Léon Thériault, Industriel, L'Isle-Verte, P.Q.

Les PÊCHERIES du GOLFE, Inc.
4, rue St-Jacques, Québec, P. Q.

*Veillez m'envoyer votre prospectus donnant
les détails complets de cette émission et le bilan
pro-forma de votre Compagnie.*

Nom

Adresse

.....

supérieures au point de vue économique. Les commodités de confort seront évaluées selon le degré auquel les diverses régions seront pourvues d'équipement de chauffage et d'éclairage, de service d'eau, de tuyauterie et de facilités de cuisson et de réfrigération. On saura le nombre de ménages possédant une lessiveuse, un aspirateur, le téléphone ou un radio. De tels renseignements fourniront au manufacturier ou au distributeur une riche documentation dont il pourra se servir pour étudier les marchés.

Le recensement agricole de 1951 établira dans quelle mesure se poursuit depuis plusieurs années la baisse de la population agricole. La population agricole de 1941 se chiffrait par 3,152,000 personnes le nombre en sera moins élevé en 1951. Cela ne signifie pas, cependant, que le marché agricole soit moins important aujourd'hui qu'en 1941. Au contraire, le revenu agricole (mesure importante du marché agricole) a augmenté de \$896,000,000 en 1941 à \$2,457,000,000 en 1949. Le marché agricole est plus riche que jamais. Les manufacturiers pour qui l'agriculteur canadien est un débouché trouveront particulièrement précieux le recensement agricole puisqu'il leur apportera un tableau complet de la situation agricole (superficies, productions, ventes, instruments aratoires, etc.) relevée par régions. Les renseignements obtenus grâce au questionnaire agricole fourniront, une fois mis en tableaux, une foule de données sur les possibilités du marché agricole qui seront utiles à l'homme d'affaires.

Le recensement de la pêche commerciale fournira, pour la première fois, des renseignements sur le nombre et les traits particuliers des pêcheurs commerciaux. On connaîtra jusqu'à quel point ils dépendent de l'industrie de la pêche, que la pêche est leur principale source de revenu ou simplement une source supplémentaire. De tels renseignements, une fois groupés par régions géographiques, permettront aux manufacturiers d'apprécier les possibilités du marché de pêche et d'autres articles indispensables au pêcheur.

Le recensement de la distribution (établissements de commerce de détail et de gros ainsi que de services) vise spécialement à aider l'entreprise. Certains des avantages que ce recensement a déjà valu à l'entreprise sont énumérés ci-dessous. Le prochain recensement comportera des améliorations qui le rendront encore plus utile.

Les manufacturiers ont utilisé les renseignements obtenus aux recensements précédents aux fins suivantes:

- a) étudier le marché afin de déterminer la demande et les possibilités d'écoulement de certaines denrées dans des régions particulières;
- b) dresser judicieusement leur programme d'é-

coulement de manière à obtenir les résultats les meilleurs avec le moins d'effort à la vente;

c) continger les ventes, organiser des territoires de vente, déplacer leurs vendeurs d'une région à l'autre et arrêter leurs budgets régionaux et leur régime de bonis;

d) comparer leur chiffre d'affaires au chiffre d'affaires moyen de la même ou d'autres entreprises; parfois la situation d'une industrie s'explique très exactement par les ventes d'une autre industrie.

e) organiser leur réclame et en vérifier les résultats;

f) se renseigner sur l'importance relative de différents débouchés;

g) broser le tableau général du commerce de gros et de détail;

h) établir l'importance relative de différents genres d'entreprises commerciales selon le nombre d'établissements et le chiffre de ventes comme, par exemple, dans le cas des chaînes de magasins, des magasins généraux et des magasins spécialisés.

Les agences de publicité qui étudient le marché au bénéfice de leurs clients ont utilisé la documentation du recensement aux mêmes fins et d'autres encore :

a) vérifier le tirage de diverses publications au regard de la situation du marché afin d'en établir la valeur comme organes de publicité;

b) comparer différents marchés au Canada et aux États-Unis;

c) comparer les résultats obtenus par leurs clients dans la distribution générale de marchandises selon le genre de débouchés;

d) effectuer des relevés généraux dans certaines régions.

Les associations commerciales ont elles aussi utilisé la documentation du recensement de multiples façons:

a) signaler à l'attention de leurs membres la moyenne des résultats obtenus afin d'établir la comparaison avec les résultats de chacun;

b) déterminer les tendances générales;

Tél. DOLLARD 4608

PLANCHER DE BOIS DUR
PERFECTION.

The Eagle Lumber Co. Ltd.

6235, Boul. St-Laurent,

Montréal

c) dresser le tableau général du commerce de gros et de détail;

d) rédiger des articles et des discours.

Les Chambres de commerce se doivent de recourir aux matériaux du recensement de manière à rendre encore plus prospère leur localité. Voici d'ailleurs à quelles fins elles s'en sont servies:

a) répondre à des demandes particulières de renseignements;

b) aider à rédiger des articles sur la situation économique;

c) distribuer à leurs membres des extraits du recensement;

d) aider à relever la situation commerciale de certaines villes par rapport à leurs marchés.

Les magazines commerciaux, qui doivent intéresser tout particulièrement leurs abonnés s'ils veulent se maintenir, ont utilisé la documentation du recensement aux fins suivantes:

a) fournir à leur lecteurs des statistiques authentiques sur leurs propres genres de commerce;

b) procurer des renseignements généraux et particuliers aux détaillants, y compris des indices du pouvoir d'achat dans différentes régions;

c) publier des moyennes générales pour fins de comparaison avec les résultats particuliers; le Bureau a reçu à cet égard des demandes de renseignements additionnels sur les proportions de frais d'exploitation.

Les revues et journaux lus par le public en général ont utilisé la documentation du recensement aux fins suivantes:

a) renseigner les annonceurs sur le pouvoir d'achat de différentes régions;

b) démontrer aux annonceurs l'importance et les possibilités du marché de consommation de leur région;

c) aider les divisions de recherche à vérifier le rapport entre le tirage et l'ensemble du commerce de détail de différentes régions;

d) passer des nouvelles sur le commerce de gros et de détail.

Grossistes et détaillants se sont aussi servis de la documentation:

a) comparer leurs affaires aux chiffres généraux de leur genre de commerce sous les rapports, chiffres de ventes, loyers, salaires et autres frais d'exploitation;

b) déterminer la demande de diverses marchandises;

c) broser le tableau général du commerce de détail.

Les rapports du recensement ont aussi servi aux entreprises envisageant d'établir des facilités de fabrication au Canada et désireuses de se rensei-

gner sur l'importance et la localisation de marchés éventuels et sur les avantages relatifs de différents emplacements.

Du point de vue du Bureau, il est essentiel que ses statisticiens aient des points de repère pour apprécier à leur juste valeur les statistiques recueillies au cours des années d'entre-recensement.

C'est ainsi que le recensement joue un rôle important dans l'économie commerciale de la nation. Une fois connues les données du recensement, toutes les entreprises seront mieux en mesure d'étudier leur marché et d'apprécier leur situation respective (a) par rapport à celle de leur concurrents et (b) par rapport à la position générale de leur catégorie aux recensements précédents.

Le mieux qu'un annonceur puisse faire est de convaincre les lecteurs que l'annonceur s'occupe soigneusement de ses affaires, qu'il veut sincèrement ce qu'il avance et qu'il espère être cru.

Regardez les yeux d'un homme pour son honnêteté; regardez sa bouche pour connaître sa faiblesse, son menton pour connaître sa force, ses mains pour le tempérament, et ses ongles pour la netteté.

Il ne sert à rien de faire la publicité à demi — de même que toute autre chose d'ailleurs. Celui qui demande à mi-voix et timidement encourt un refus; celui qui parle haut est toujours écouté.

HUGH MACKAY & COMPANY

Membres :

BOURSE DE MONTREAL
MONTREAL CURB MARKET

235 ouest St-Jacques,

Montréal

Bureau-chef: MONTREAL, Qué.

Succursales: Halifax, N.E., Ottawa, Ont., Saint-Jean, N.B., Cornwall, Ont., Toronto, Ont., Londres, Ang.

Le message à Garcia

LES Éditions de l'Efficiencie viennent de publier une plaquette, sous le titre «Je prends des initiatives» (1).

Ce petit ouvrage réunit quelques compositions de l'écrivain américain, Elbert Hubbard, et en particulier le fameux «Message à Garcia», qui a connu, tant aux États-Unis que dans le reste du monde, un succès retentissant.

Écrit dans un style dépouillé de tout artifice qui heurtera peut-être notre sensibilité d'Européens, ce texte rédigé en 1899, garde néanmoins tout son caractère d'actualité car, comme le dit très bien M. Maurice Torfs dans le préambule qu'il consacre au «Message à Garcia»:

«Jamais comme à présent, le chef d'entreprise, «le directeur, le responsable d'un département n'a «été contraint de s'entourer à ce point de gens qui «pensent, et qui agissent, sans demander de détails, «d'explications, sans «ouvrir leur parapluie», en «bref, qui sachent tout à la fois faire preuve d'initiative et engager leur propre responsabilité.

«Jamais, sans doute, auteur n'a dénoncé avec «une telle passion justicière le manque d'esprit d'initiative chez ceux qui, vivant la vie d'une entreprise «et subsistant grâce à elle, accomplissent mécaniquement leur tâche comme si, véritablement, leur corps «était démuné de cerveau.»

Nous croyons que nos abonnés apprécieront ce document, que nous reproduisons ci-dessous.

Dans toute cette affaire cubaine (2), un homme se dresse à l'horizon de ma mémoire, tel Mars au périhélie.

Au début des hostilités entre l'Espagne et les États-Unis, on eut besoin de se mettre rapidement en relations avec le chef des insurgés.

Garcia se trouvait quelque part, nul ne savait où, dans les profondeurs montagneuses de Cuba. Impossible de l'atteindre ni par la poste ni par le sans-fil.

Le Président a pourtant besoin, et sur l'heure, de sa collaboration.

Que faire ?

On dit au Président: «S'il est un homme qui puisse trouver Garcia, c'est le nommé Rowan.»

Porteur d'un message pour Garcia, Rowan se mit en route.

Comment le nommé Rowan prit la lettre, l'enferma dans un sac en peau huilée qu'il assujettit sur sa poitrine avec une courroie, débarqua de nuit,

au bout de quatre jours, sur la côte cubaine, s'enfonça dans la jungle et en sortit trois semaines plus tard, au point opposé, après avoir traversé à pied une région hostile et avoir remis la lettre à Garcia: ce sont des détails dans lesquels je ne veux pas entrer pour l'instant.

Ce que je veux souligner, c'est ceci: McKinley chargea Rowan d'un message pour Garcia; Rowan prit la lettre sans demander: «Où se trouve Garcia?»

Par l'Éternel! voilà un homme dont la figure devrait être gravée dans l'immortel airain, dont la statue devrait orner tous les collèges du pays.

Ce qu'il faut aux jeunes hommes, ce n'est pas une science livresque, ni une instruction éparpillée, mais une éducation de l'échine qui leur permette de tenir parole, d'agir vite, de ramasser leurs énergies, en un mot d'accomplir quelque chose, de «porter un message à Garcia»!

Le général Garcia a vécu, mais il y a d'autres Garcia.

Pas un homme qui a sué sang et eau pour mener à bien une entreprise réclamant le travail de plusieurs mains, pas un de ces hommes que n'aient littéralement consterné à certaines heures l'imbécillité de l'homme moyen, son impéritie ou son impuissance à l'action réfléchie.

Une aide négligente, une inattention folle, une indifférence débraillée, un travail fait presque à contre-cœur: voilà, il me semble, la règle générale.

Nul ne réussit s'il ne contraint d'autres hommes à l'aider par la brigue, la menace ou de toute autre manière. A moins que Dieu, dans Sa bonté, ne lui prête l'assistance d'un Ange de Lumière.

Vous, lecteur, faites l'expérience que voici:

Vous êtes dans votre bureau, avec six employés à portée de la main. Mandez l'un d'entre eux et dites-lui:

DEVENEZ PROPRIETAIRES
par souscription de certificats d'épargne

La Compagnie Mutuelle d'Immeubles
LIMITEE

(Constituée en corporation par charte fédérale
en 1903)

Siège social: Montréal
1306 est, rue Sainte-Catherine

payé à ses membres: \$11,700,000

Chs-Aug. GASCON, J.-ART. TREMBLAY,
président. secrétaire.
J.-E. JEANNOTTE, vice-président.

(1) Éditions de l'Efficiencie, 58, boulevard du Régent, Bruxelles. 20 francs (Tarif réduit des deux exemplaires).

(2) Allusion à la guerre hispano-américaine.

— Veuillez consulter l'encyclopédie et m'établir un bref mémoire sur la vie de Correggio.

L'employé dira-t-il simplement: «Oui, Monsieur» et fera-t-il ce travail?

Jamais de la vie.

Il vous regardera d'un œil vide et vous fera une ou plusieurs des questions suivantes:

— Qui est-ce?

— Quelle encyclopédie?

— Où est l'encyclopédie?

— Suis-je payé pour faire ça?

— N'est-ce pas plutôt Bismark que vous voulez dire?

— Pourquoi Charles ne le fait-il pas?

— Est-il mort?

— Est-ce urgent?

— Est-ce que je vais vous apporter le livre pour que vous le consultiez vous-même?

— Pourquoi voulez-vous savoir ça?

Et je vous parie dix contre un que vous n'aurez pas sitôt expliqué où se trouvent les renseignements voulus et pourquoi vous les voulez, vous n'aurez pas sitôt répondu à ces questions que l'employé ira quêter l'aide d'un autre employé pour trouver Correggio. Puis il viendra vous dire que cette homme-là n'a jamais existé.

Naturellement, je peux perdre mon pari; mais, dans la moyenne des cas, je le gagnerai.

Si vous êtes sage, vous ne prendrez pas la peine d'expliquer à votre «assistant» que Correggio se trouve à la lettre C de l'index alphabétique, non à la lettre K. Vous direz avec un sourire très doux:

— Ne vous donnez pas de mal.

Et vous chercherez vous-même.

Impuissance à l'action indépendante, stupidité morale, infirmité de la volonté, refus d'aborder les difficultés de front et de les résoudre: toutes choses qui reculent bien loin dans l'avenir l'avènement de la solidarité humaine à l'état pur.

Si les hommes ne peuvent agir pour leur propre bénéfice, que sera-ce le jour où la collectivité recueillera le fruit de leur effort? La nécessité s'impose donc d'un lieutenant armé d'un bâton noueux; et la crainte d'être l'objet d'une scène de ménage le samedi soir retient plus d'un employé à son travail.

Demandez une sténo.

Neuf postulantes sur dix ne savent ni l'orthographe, ni la ponctuation et ne jugent pas nécessaire de les savoir.

Les personnes de ce calibre peuvent-elles écrire une lettre à Garcia?

— Vous voyez ce comptable? me dit le directeur d'une grande usine.

— Oui. Et alors?

— Eh bien, c'est un comptable de valeur. Si je lui confie une mission à l'extérieur, il l'accomplira

peut-être comme il faut; mais le plus probable est qu'il s'arrêtera à quatre buvettes en cours de route et qu'une fois arrivé à Main Street, il aura oublié l'objet de sa course.

Un tel homme, peut-on le charger d'un message pour Garcia?

Il nous a été donné récemment d'entendre un concert d'apitoiement sur le «sans-grade opprimé des magasins» et le «vagabond sans foyer à la recherche d'un emploi honnête», le tout accompagné d'une litanie d'invectives à l'adresse des hommes au pouvoir. Pas un mot pour le patron, vieilli prématurément à la tâche ingrate de faire travailler intelligemment des engourdis et des maladroits; pas un mot de son long effort de patience avec un personnel qui flâne dès qu'il tourne le dos.

Dans chaque usine, dans chaque magasin, il se poursuit une œuvre de continuelle épuration: le patron congédiant des employés inaptes à servir la maison et embauchant des recrues.

Peu importe la prospérité de l'époque; la sélection se fait. Si les temps sont durs et le travail rare, le tri se fait avec plus de soin; mais, infailliblement, les incompetents et les ratés sont éliminés. C'est la victoire des forts.

Son intérêt personnel commande à l'employeur de ne garder que les meilleurs, ceux que l'on peut charger d'un message pour Garcia.

Je sais un homme brillamment doué à maints égards. Non seulement il ne peut diriger ses propres affaires, mais il ne peut non plus se rendre utile à autrui: c'est qu'il porte en lui l'idée insane que son patron l'opprime ou cherche à l'opprimer. Il ne peut commander, et il ne saurait obéir. Le priera-t-on

Savard & Hart

MEMBRES DE LA BOURSE ET

DU CURB DE MONTREAL

**Siège Social: 276 ouest, rue ST-JACQUES,
Montréal**

Succursales:

1181 ouest, rue Ste-Catherine, Plateau 9501

QUEBEC - TROIS-RIVIERES - SHERBROOKE
ST-JEAN, P.Q. - GENEVE, SUISSE.

de porter une lettre à Garcia, il répondra probablement: «Portez-la vous-même!»

Ce soir, cet homme bat le pavé, en quête d'un emploi, le vent sifflant dans son veston usé. Personne qui le connaît n'ose l'employer parce qu'il est un vivant brandon de discorde. Il est imperméable à la raison. Rien ne l'émeut, hors la pointe d'une chaussure à semelle épaisse et solide.

Évidemment, je ne me cache pas que cette déformation morale est aussi pitoyable qu'une infirmité physique. Mais, en le plaignant, pleurons aussi sur les hommes qui s'acharnent à édifier une grande entreprise, qui ne limitent pas leur travail au coup de sifflet, et dont les cheveux blanchissent à cette tâche immense: maintenir l'indifférence débraillée, l'imbécillité négligente et la noire ingratitude de ceux qui leur doivent le gîte et le pain.

Me suis-je exprimé trop durement? Peut-être.

Mais à cette heure où le monde menace ruine, je veux dire un mot de sympathie pour l'homme qui réussit, cet homme qui, au mépris de grands risques, a dirigé les efforts des autres, et, ayant gagné le succès, s'est aperçu combien tout cela était vide. Rien qu'un tableau nu et des vêtements.

J'ai transporté une boîte à lunch et travaillé pour un salaire quotidien, j'ai aussi été employeur de main-d'œuvre: je connais donc les deux côtés de la médaille.

La pauvreté n'a rien d'excellent en soi; les haillons ne constituent pas une recommandation; et tous les patrons ne sont pas rapaces et autoritaires, de même que tous les pauvres ne sont pas vertueux.

Mon cœur va à celui qui accomplit sa besogne aussi bien en l'absence qu'en la présence du patron.

Et l'homme qui prend tranquillement la lettre qu'on lui confie pour Garcia, sans poser de questions idiotes, sans l'arrière-pensée de la jeter dans le premier égout ou que sais-je encore et qui la remet à son destinataire, cet homme-là n'est jamais mis à

pied et n'a nullement besoin de faire grève pour obtenir des appointements supérieurs.

La civilisation est la recherche longue et inquiète des hommes de cette lignée.

Tout ce que celui-là demande, on le lui accorde. Il représente une espèce si rare, que pas un seul patron n'a les moyens de se passer de lui.

Dans les villes, les cantons, les villages; dans les bureaux, les ateliers, les magasins, les usines; on le réclame partout.

Le monde l'appelle à cor et à cris; il est nécessaire, essentiel, *cet homme que l'on peut charger d'un message pour Garcia!* — *Bulletin officielle de la Chambre de Commerce de Bruxelles.*

Faites comme les abeilles: elles s'élèvent haut vers le firmament, puis elles filent droit devant elles, sans arrêt, sans hésitation. Elles vont au BUT.

L'annonceur économe peut être bref dans ses annonces par économie. Mais ce n'est pas toujours pour cela que l'annonceur est bref.

NEUFS BREFS CONSEILS:

Ne vous contentez pas de rester les bras croisés et d'attendre que les clients entrent d'eux-mêmes dans votre établissement.

Ne manquez jamais d'assister aux réunions de l'association de détaillants dont vous êtes membre.

N'OUBLIEZ pas qu'en votre absence votre commis doit savoir vous représenter dignement et préparez-le en conséquence.

N'OUBLIEZ pas que vous faites l'annonce gratuite à vos concurrents lorsque vous en dites du mal.

Ne soyez pas un chique-la-guenille, c'est-à-dire un patron qui trouve toujours quelque chose à redire sur ce que font ses employés.

Ne manquez jamais de sourire — d'un sourire vrai et non d'une grimace, ou d'un sourire artificiel plus repoussant qu'attirant.

Pour un homme qui lit le caractère d'un étranger sur son visage, il en est cent qui le lisent sur son costume. La plupart des gens jugent sur l'extérieur; c'est une observation à utiliser en évitant de tomber dans la même erreur. — Ph. GIRARDET.

En aifférant toujours une résolution, on rend difficile une chose facile et impossible une chose difficile.

ACHAT et VENTE D'OBLIGATIONS

Dominion du Canada, Provinces, Municipalités,
Commissions scolaires, Communautés religieuses,
Utilités publiques et Industrielles.

Crédit Anglo-Français Limitée

COURTIERS EN VALEURS
MOBILIERES.

249 ouest, rue St-Jacques, Montréal

HA. 3277

Fondée en 1916

L'EXACTITUDE est la POLITESSE des ROIS

... C'est aussi celle des industriels et des commerçants;

... C'est même une politesse qui paie, si l'on s'en rapporte aux conclusions d'une enquête que nous avons faites il y a quelques années;

... C'est pour cela que nous allons examiner:

Comment les délais dépendent des stocks et inversement

Les retards dans les livraisons désorganisent les stocks, obligent à les augmenter démesurément, d'où immobilisation de capital et pertes financières.

Réciproquement, la bonne ou la mauvaise organisation des approvisionnements influent sur la bonne tenue des délais et le problème des délais a comme facteur important la constitution d'un approvisionnement rationnel.

Dans une industrie sans approvisionnements (matières premières, produits fabriqués), le délai d'approvisionnement de matières premières influe sur le délai de livraison.

Dans une industrie à approvi-

sionnements complets, les délais de livraison reposent entièrement sur l'organisation des stocks.

Comment équilibrer stocks et délais de livraison

On peut stocker des marchandises d'usage courant, mais la clientèle commande parfois d'autres modèles, d'où immobilisation des capitaux.

Il y a des articles faciles, d'autres difficiles à se procurer: un réapprovisionnement bien conduit doit discriminer ces divers articles.

Une grande diversité d'articles entraîne des stocks multiples, on peut réduire le nombre des modèles par la normalisation.

Un excellent remède pour la bonne organisation des stocks par rapport aux délais est leur surveillance au moyen de **tableaux à voyants**. Ce système de tableaux, avec ou sans fiches mobiles, met brutalement en évidence les anomalies des stocks par des voyants dont la tonalité exprime "l'écart approché" entre le disponible et le strict nécessaire.

Un nombre réduit de conventions, par leur couleur, permet d'agir au moment voulu.

Enfin on essaye, par la création du **stock optimum** de satisfaire aux doubles exigences des nécessités commerciales demandant des courts délais et des nécessités financières commandant de réduire les immobilisations.

Certaines firmes y sont parvenues par l'application de quatre règles:

— tenir en stock tous les appareils de vente très courants;

— augmenter la normalisation soit d'articles, soit de pièces détachées;

— contrôler rigoureusement, avant leur entrée en magasin, les ensembles séparés et les pièces dé-

tachées en vue de leur interchangeabilité absolue,

— déterminer d'une façon aussi précise que possible la quantité minimums d'objets ou de pièces fabriquées ou de matières premières à stocker en magasin.

"Ce sont mes fournisseurs qui sont cause de mon retard", nous dit tel industriel bien connu. Certes, mais nous sommes tous les fournisseurs les uns des autres. Vis-à-vis de nos clients, nous nous croyons des modèles d'exactitude dans nos livraisons, et vis-à-vis de nos fournisseurs nous nous considérons comme des martyrs, des victimes innocentes du manque de parole d'autrui.

D'où notre opinion que si l'on excepte une élite, nos industriels méritent la réputation d'inexactitude qui nous est attribuée à l'étranger.

Et ce défaut national coûte cher non seulement à notre collectivité par la perte d'affaires qui devraient normalement nous revenir, mais à chacun de nous par l'augmentation des stocks et des produits en cours de fabrication.

Voilà donc un problème national et un état d'esprit à réformer. Quelles mesures prendre pour respecter ses délais de livraison? En voici un aperçu général:

Nous avons pour vous des ouvrages spécialisés sur l'organisation de VOTRE entreprise VOS recouvrements VOS ventes les principaux métiers qu'exercent VOS ouvriers

Demandez notre catalogue gratuit

BELISLE EDEUR

2 et 4, rue St-Jacques, Québec

MARION & MARION

BREVETS D'INVENTION
MARQUES de COMMERCE
DESSINS de FABRIQUE
en tous pays

RAYMOND A. ROBIC, T.E., F.P.I.C.,

J.-ALFRED BASTIEN, F.P.I.C.,

EDOUARD-D. ANGER, B.A., L.L.L.,

J.-O. BAIL

PIERRE L'ESPÉRANCE, B.A., ING. P.

3467, rue Simpson

Boite postale 368 Station H
MONTREAL

1. Se souvenir tout d'abord que le meilleur fournisseur n'est pas celui qui promet le plus, mais celui qui tient le mieux.

2. Ne pas compter sur des méthodes de contrainte inefficaces pour obtenir des livraisons exactes des fournisseurs, mais plutôt sur un esprit de collaboration dont les bases sont :

— Pas d'exigences absurdes, de délais ridiculement courts, de discussion à l'infini de clauses secondaires dans les cahiers des charges; à chacun son métier;

— des commandes bien étudiées; plus de contre-ordre;

— des commandes régulières pour permettre une production continue chez les fournisseurs.

3. Organiser les services:

— Analyser les délais nécessaires pour livrer (bureau des temps, planning, inventaire permanent);

— prévoir les besoins, avoir un programme de fabrication et un programme d'approvisionnement;

— coordonner la vente et la fabrication par des conférences de chefs de services, et au besoin par un service des délais muni d'un fichier ou tickler;

— organiser les ateliers (lancement, tableaux de charge, bons de matière, bons de main-d'œuvre, etc.).

Les prévisions.

Les prévisions, indispensables pour fonder une politique commerciale, consistent à établir des programmes à longue échéance revus, corrigés et précisés pour des périodes de plus en plus courtes, d'après les prévisions de ventes basées sur les statistiques des années antérieures et l'étude du marché.

Les approvisionnements concernent :

— les stocks de matières premières;

— les stocks de produits mi-ouvrés, fabriqués à l'intérieur, ou achetés;

— les stocks de produits finis pour la vente sur stock.

Pour organiser rationnellement les stocks, il s'agit avant tout de les surveiller de très près et d'en exiger l'inventaire permanent.

La coordination de la vente et de la fabrication.

Coordonner vente et fabrication constitue certes un des points les plus importants de la lutte contre les retards. Les moyens d'atteindre ce but sont :

— la détermination et le contrôle des délais qui ne peuvent être laissés à l'initiative du vendeur;

— la création d'un service des délais qui assure la liaison vente-fabrication;

— les conférences techniques réunissant les responsables.

Les programmes de fabrication.

Travailler sur programme signifie fixer des délais d'exécution à tous les postes d'exécution, et d'après cela, faire la distribution du travail à l'atelier, enregistrer les programmes et l'avancement des opérations sur des tableaux de distribution du travail.

Telles sont, brièvement résumées, quelques conditions permettant de tenir ses engagements.

Éviter les exigences ridicules.

Il faut m'en fabriquer 280 pour hier! Nous vous remettons nos dessins après-demain.

Cette boutade n'en est malheureusement pas toujours une!

Certains clients se plaignent que leurs fournisseurs ne respectent pas leurs délais, mais, d'autre part, n'exigent-ils pas un délai trop court pour l'exécution de leurs commandes?

Donc:

Assurez-vous du Respect des Délais en commandant assez à temps, et ne demandez pas des choses impossibles ni des modifications à la dernière minute.

Or, il arrive assez souvent aussi que le client modifie sa commande en cours de réalisation, sous prétexte qu'elle a été mal étudiée et également parce qu'il a changé d'idée entre temps. Ces changements provoquent des contre-ordres aux ateliers, ce qui désorganise le travail en cours et retarde ainsi la fabrication.

La concurrence.

Dans certains cas, le client fait jouer la concurrence afin d'obliger le fournisseur à lui promettre un délai qu'il est matériellement impossible de tenir.

Cette manière de faire présente des dangers. Si un peu de concurrence est un stimulant, une concurrence exagérée peut devenir dangereuse pour le maintien de l'honnêteté commerciale.

Il arrive ensuite que tout se passe sur un plan complètement faux: le client sait qu'il est trop exigeant mais demande plus pour avoir assez et le fournisseur, de crainte de perdre l'affaire, s'engage pour un délai qu'il saura ne pouvoir tenir, mais sachant bien aussi que, s'il n'agit pas ainsi, un concurrent consciencieux se substituerait à lui et promettrait un délai qu'il n'aurait pas osé promettre — délai qui ne serait d'ailleurs pas mieux tenu — et enlèverait la commande.

Téléphone: 2-2388

Louis Lavoie

NOTAIRE

136, Boul. Langelier

(Édifice Chenor Ch. 4)

QUÉBEC.

Il en résulte une perte de confiance entre client et fournisseur.

La collaboration.

Il s'agit, non pas d'imposer ses exigences à un fournisseur sans entendre ses raisons, sans comprendre les conditions de son travail, ni, en retour, de ruser contre un client, par d'habiles mensonges pour avoir son ordre et ensuite dissimuler le manque de parole. Il s'agit d'un examen cordial des besoins de deux entreprises et d'un accord pour que les deux, par confiance et loyauté, se rendent le travail facile. "Services réciproques" rend très bien cette collaboration.

L'expérience prouve, dit une réponse à une enquête faite sur la

question par un important groupement industriel (1), que, dans certaine partie du moins c'est seulement par persuasion amicale et par relations particulières que l'on peut arriver à un résultat. Une autre indique qu'au lieu d'aller toujours au meilleur marché, il faudrait, pour chaque produit, rechercher un ou deux fournisseurs parmi les mieux adaptés pour la fabrication considérée, et en pas passer d'un fabricant à un autre pour chaque nouvelle commande.

Il s'établirait d'ailleurs une véritable collaboration entre client et fournisseur; celui-là pourrait étudier d'accord avec celui-ci les possibilités de résoudre les prix et les délais sans toucher au bénéfice; un barème de prix pourrait ensuite

être mis au point, et cela éviterait dans chaque cas la perte de temps occasionnée par une consultation générale des concurrents; ce barème serait, naturellement, révisable de temps à autre.

Telles sont les quelques remarques que l'on peut faire concernant le respect des délais en se plaçant au point de vue du fournisseur en présence d'exigences excessives.— ROBERT SATET, *Conseil en organisation et professeur à l'Ecole d'organisation scientifique du travail, Paris.*

(1) Sur cette question, voir l'ouvrage: *Le Respect des Délais de livraison.*

L'EPARGNE

Pourquoi épargne-t-on? Dans la grande majorité des cas, on veut se mettre quelque chose de côté pour le crépuscule de la vie, pour parer aux maladies, payer l'instruction des enfants, se procurer les nécessités, se construire une maison, acquitter les impôts ou venir en aide aux faibles et aux infortunés. Celui qui a un peu d'argent de côté n'est-il pas un meilleur citoyen, un plus grand patriote, qu'un autre qui est constamment à la charge de la collectivité qui, non seulement s'abstient d'aider la communauté de ses deniers, mais ne peut pas même prendre soin de lui-même et des siens? Pourquoi, alors, se montre-t-on si prompt à critiquer ceux qui vivent frugalement et qui épargnent, alors qu'on n'a jamais assez de larmes pour plaindre les insouciantes? Cette pitié inconsidérée n'encourage-t-elle pas nombre de caractères mous à se laisser supporter par ceux qui s'appliquent à vivre par eux-mêmes?

S'il est de bonne guerre de ne pas faire voir aux visiteurs du magasin qu'ils sont surveillés et de ne pas les interpeler avant le temps, il est, par contre, essentiel de se montrer accueillant du moment qu'ils semblent avoir l'intention d'acheter.

Quand vous verrez un homme qui a cessé d'appréhender — que ce soit un patron ou un employé — vous verrez quelqu'un qui a cessé de croître

Vous ne pouvez pas tirer, avec un fil de coton, une charge aussi forte qu'avec un câble de trois pouces. Une annonce piètrement construite ne sera jamais assez forte pour remorquer votre navire au port du succès.

L'homme qui ne fait jamais de publicité est comme celui qui n'a pas de logis; on ne sait jamais où trouver ni l'un ni l'autre.

Les apparences sont trompeuses. Tant qu'il en sera ainsi, il vaudra toujours mieux qu'elles trompent en notre faveur qu'à notre détriment.

OPTOMETRISTE - OPTICIEN

Diplômé de l'Université de Montréal

PAUL-E. TALBOT

Bachelier en Optométrie

PRESCRIPTION DES VERRES

SPECIALISTE

POUR L'EXAMEN DE VOTRE VUE

6761, Saint-Hubert, Montréal— CA. 7616

Raison de succès et d'insuccès à la direction

(2ième partie)

PARLONS des administrateurs qui ne réussissent pas. L'insuccès de certains administrateurs a été attribué à la paresse, au surmenage, à la stupidité, à l'abus de l'alcool, à la malhonnêteté, au manque de bienveillance, à l'inaptitude à diriger, à l'imprudence, et à bien d'autres défauts.

L'étude de la personnalité d'administrateurs, bons et mauvais, révèle que le comportement extérieur qui conduit à l'incompétence, à la démission ou au renvoi, est souvent une résultante et que les causes premières de l'insuccès ont leur source profonde dans les émotions et les attitudes. Malheureusement, la plupart de ces causes ne se contrôlent pas à volonté. Parmi les lacunes les plus sérieuses des mauvais administrateurs, il faut ranger les douze caractéristiques suivantes:

1. *Le manque de vue d'ensemble.*

On a déjà vu de bons administrateurs obtenir, lors d'un test de capacité intellectuelle, des résultats inférieurs à la moyenne, tandis que beaucoup de ceux qui échouent ont un bon quotient d'intelligence. L'efficacité et la convenance des aptitudes d'un homme, cependant sont plus importantes que son quotient d'intelligence. Ce dont les administrateurs ont le plus besoin, c'est l'aptitude à saisir les problèmes d'envergure, à peser le pour et le contre de diverses lignes de conduite et à choisir celle qui sera suivie. Cela pré-suppose l'aptitude à se faire une vue d'ensemble, à travers les détails. Celui qui s'attache aux détails est souvent un homme pratique et réaliste qui ne s'occupe que des menus détails.

C'est une déficience encore plus grave lorsque l'intérêt que porte un homme aux détails et aux facteurs concrets est si puissant qu'il l'empêche de saisir l'ensemble d'un problème, et qui plus est, de le résoudre.

2. *Inaptitude à assumer des responsabilités.*

A mesure qu'on monte dans l'échelle des postes administratifs, les responsabilités se multiplient, l'initiative et la maîtrise personnelles comptent de plus en plus. Aux échelons inférieurs, le travail ne laisse que peu de choix; il se fait d'une façon déterminée et habituellement à des moments déterminés. Aux échelons administratifs, la situation est différente.

3. *Désir inconscient d'être autre chose.*

Si un homme ne trouve pas de satisfaction à

effectuer une tâche particulière ou à travailler pour une compagnie donnée, il est presque inévitable que la qualité de son travail ne soit pas la meilleure possible. Et pourtant, on ne peut remédier facilement à ce manque d'intérêt, même si l'on recourt à la stimulation ou aux remontrances.

On recourt communément à la méthode d'exhorter ces gens à se fixer, à reconnaître leurs responsabilités et à saisir les occasions; mais ces remontrances restent presque invariablement sans effet, parce que le manque d'intérêt ne se contrôle pas à volonté. Les impulsions profondes poussent dans d'autres voies que celles des fonctions administratives, mais l'administrateur s'en rend rarement compte et il peut encore plus rarement découvrir les raisons de son mécontentement ou de son insuccès à son poste actuel.

4. *Désir inconscient d'être quelqu'un d'autre.*

A prime abord, le désir intense du succès semble se confondre avec l'énergie et l'ambition qui caractérisent les bons administrateurs. Cependant, le désir du succès est parfois un but déterminé et personnel sans rapport avec l'emploi et étranger aux objectifs de la compagnie. C'est alors un rôle que les administrateurs veulent jouer, non en raison de leurs aptitudes personnelles pour ce rôle, mais parce qu'ils aiment à se voir dans ces fonctions.

Ces hommes recherchent et accepteront des responsabilités qui dépassent de beaucoup leur expérience et leur jugement, sans se rendre compte de leurs propres déficiences, mais inconsciemment déterminés à devenir quelque chose qu'ils ne sont pas. Règle générale, ils ne conservent pas longtemps leur fonction administrative.

5. *Les gens trop pressés.*

Dans certains cas d'insuccès, un homme peut ambitionner de vastes pouvoirs administratifs et du succès, mais être si intolérant et si ennuyé par les tâches intermédiaires qu'il n'atteint jamais au succès. Le train ordinaire des choses est toujours trop lent pour cette sorte de gens. Nombre de jeunes gens prometteurs échouent de cette façon.

6. *Incapacité de faire place à autrui.*

Certaines positions administratives sont importantes et puissantes, de sorte qu'elles ouvrent la porte à beaucoup d'antagonisme ou d'indifférence pour autrui. Par ailleurs, la plupart des administra-

teurs doivent collaborer avec leurs associés, être capables de leur aider et d'accepter des conseils au sujet de problèmes mutuels. Ce n'est pas ce qu'on appelle communément l'aptitude «à s'entendre avec autrui». C'est plutôt l'aptitude à accepter la critique ou à ne pas s'offusquer des opinions dissidentes.

Le ressentiment et l'indifférence au sujet des besoins d'autrui a diverses origines. Dans certains cas, c'est un prolongement du rôle d'enfant gâté qui a toujours semblé obtenir les privilèges; ce peut être une arrogance qui se change en rage à la moindre frustration.

7. *Résistance à l'autorité.*

Les attitudes de l'adulte envers l'autorité et les émotions que fait naître en lui la discipline laissent souvent deviner une trace des attitudes de l'enfant envers ses parents. Nombre d'administrateurs malheureux échouent parce que, en principe, ils ne peuvent accepter la direction et la surveillance d'une autre personne, qui leur donne l'impression d'être menés par le bout du nez et guettés comme des enfants.

8. *Arrogance avec les subordonnés.*

Une autre phase de comportement apparentée aux attitudes de l'administrateur vis-à-vis de l'autorité, c'est la façon dont il applique son autorité à autrui. Dans un poste de suprématie sur un certain nombre de personnes, il peut laisser percer des traits de caractère qui semblent contraster nettement avec son comportement habituel. L'homme aux fortes ambitions se rend ordinairement compte de la nécessité de plaire à ses supérieurs.

9. *Préventions qui nuisent au bon jugement.*

Le niveau des responsabilités qui sont du ressort d'un administrateur est parfois nettement délimité, en raison des préventions personnelles systématiques qui le portent toujours à interpréter les situations en termes de ses idées préconçues sur lui-même et sur autrui.

Il arrive que ces partis pris personnels créent chez l'administrateur un sentiment général de suspicion: son patron favorise quelqu'un d'autre, ou ses compagnons de travail veulent avoir sa tête, ou ses subordonnés tentent de le discréditer. Ces préventions sapent rapidement les efforts d'un homme et si, par hasard, il parvient à un rang supérieur, il peut tenter de se rattraper sur ses anciens compagnons, désormais ses subordonnés.

10. *Importance excessive donnée au travail.*

Les occupations et les délasséments étrangers au travail soutiennent l'énergie de l'homme d'affaires

et mettent de l'équilibre dans ses activités. Certains hommes vivent pour leur travail jusqu'à un point extraordinaire et regardent la vie de leur famille et leur vie personnelle comme secondaires, quoique plaisantes. Cette centralisation de l'intérêt se fait souvent sentir chez des administrateurs très habiles, mais, même dans leur cas, elle révèle un défaut d'équilibre. La concentration sur une seule préoccupation provoque une susceptibilité extraordinaire devant toute frustration au travail. Cette hypersensibilité a presque toujours des conséquences regrettables si tout ne va pas bien.

L'étroite concentration sur les questions d'affaires peut résulter, c'est souvent le cas, d'une vive compétition qui porte l'individu à surpasser ses compétiteurs en concentrant toute son énergie sur le succès. Cette caractéristique est celle des individus qui se sont heurtés à la concurrence d'enfants plus âgés dans leur famille. Elle peut provenir d'un sentiment d'infériorité, et de handicaps réels ou imaginaires dans les contacts sociaux. En somme, elle affaiblit et épuise les énergies.

11. *Tendance à se discréditer.*

Dans le cas où l'échec se rattache au surmenage, un observateur impartial peut remarquer que l'administrateur «semblait acharné à se faire mourir». C'est là une cause mystérieuse et obscure, mais elle est à l'origine de bon nombre d'échecs. Certains individus craignent le succès; ils y travaillent avec acharnement d'accord avec leur formation, avec les exigences de leur groupe social et de leur famille. Mais lorsqu'il devient trop probable ou trop réel,

COURTIERS EN VALEURS

MOBILIERES

W. C. Pitfield & Company, Ltd

Montréal - Toronto - Ottawa

Cornwall - Halifax - Saint John

Moncton - Vancouver - Jamaica

Londres, Ang.

ils s'effraient de l'obligation de prendre la responsabilité d'obtenir du bon travail, et ils restreignent leur activité.

Nombre d'individus qui échouent lorsqu'on leur fournit la chance de leur vie s'infligent virtuellement eux-mêmes leur défaite. Ils ont le sentiment irraisonné d'être inaptes ou incompetents, d'être égoïstes, peu aimables ou bons à rien.

Le suicide professionnel est souvent le ressort qui empêche un individu prometteur de donner toute sa mesure, à cause de petites erreurs ou de petits échecs continuels qui portent ses supérieurs à le surveiller et à lui faire acquérir un peu plus d'expérience et d'âge. La tendance au suicide professionnel, des plus difficiles à traiter ou à amender parce que l'individu qui y succombe ne s'en rend pas compte, est à l'origine de plus d'échecs et de demi-échecs qu'on l'admet généralement.

12. Affections mentales.

Cette cause d'échec semble manifeste, mais dans nombre de cas le désordre mental est loin d'être évident. Les administrateurs, tout comme les autres individus, sont sujets aux désordres nerveux et mentaux. Parfois, un sentiment d'infériorité ou un jugement faussé nuit au travail longtemps avant que se manifeste de désordre plus remarquable. Dans d'autres cas, il n'en est rien.

Le désordre le plus commun chez les administrateurs malheureux est une dépression profonde et durable, fréquente parce que nombre de ces individus s'imaginent qu'ils ne sont pas aussi féconds ou admirables ou utiles qu'ils devraient l'être. La plupart des gens sont sensibles à leurs défauts et à leurs lacunes; il en est de même des bons administrateurs.

Bien entendu, l'échec, lorsqu'il se produit, est la résultante d'un certain nombre des facteurs précités, mais on doit aussi comprendre qu'un échec, comme administrateur, n'est pas une incrimination de portée générale. Nombre de ces administrateurs peuvent réussir, et réussissent de fait, à un échelon équivalent, ou même supérieur, dans d'autres domaines.

La première partie de cet article a paru dans le numéro de mars de *Les Affaires*. Cet article, dont l'auteur est Burleigh B. Gardner, directeur exécutif de *Social Research Inc.*, Chicago, a paru antérieurement dans *Advanced Management*.

L'homme d'affaires qui veut conserver son emploi doit conserver sa clientèle, pareil comme le député doit satisfaire ses électeurs s'il veut garder son poste.

DECALOGUE DU FABRICANT QUI AIME SA TRANQUILLITE...

Commence par fabriquer. Ne te demande qu'en suite si tes produits sont susceptibles de trouver acheteur, au prix que tu pourras les vendre. Pourquoi même te poser cette question? Tu verras bien.

Fais tes affaires d'aujourd'hui sans te préoccuper jamais de celles de demain. Satisfait ou non, un acheteur te débarrassera aussi bien de la marchandise qu'il te prend. Demain tu trouveras bien un autre imbécile: la terre en est pleine.

Ne te casse pas la tête pour essayer de savoir ce que veulent ou ne veulent pas, ce que voudront ou ne voudront plus les gens qui doivent acquérir tes produits pour les utiliser. Du moment que tu as réussi à placer ta camelote à des commerçants qui te l'ont payée, à eux de se débrouiller. Ils sont libres, oui ou non?

Traite tes représentants comme ils le méritent. Tous ces gens-là ne cherchent qu'à te rouler: prends les devants.

D'autres sont assez compliqués pour avoir une politique de vente, et s'y tenir. Toi tu es tout de même assez grand garçon pour ne pas t'embarrasser de toutes ces billevesées: tu es là pour tirer le plus d'argent possible, tout de suite, de ce que tu as à vendre. Que celui qui te les paie, bazarde tes produits comme il voudra, qu'est-ce que cela peut bien te faire?

Si l'on te parle d'organisation, prends un air supérieur pour affirmer qu'il n'y a personne au monde mieux organisé que toi. Mais restes-en là.

Exporter? Pour recevoir des lettres de gens qui ne savent même pas le français et qui vous écrivent dans des jargons impossibles? Et en plus ils ont le culot de vouloir vous payer en escudos, en couronnes ou en dollars!

Il y a plus de moyens de ne pas payer ses fournisseurs, ou de les payer aux calendes, que de faire l'amour. Ne signe donc pas ce chèque: il y a bien un de ces moyens que tu n'as pas encore utilisé avec ce fournisseur. Tu l'avais promis? Je t'en prie: pas d'enfantillage.

La publicité? Qu'est-ce qui s'est jamais arrêté pour regarder une publicité? C'est un truc tout juste bon pour ces patrons vaniteux qui sont tout fiers de voir leur nom en grosses lettres dans le journal.

T'abonner à "Les Affaires"? Surtout pas cela. Pour le moment tu ne vas à ton bureau que pour signer ton courrier. Tu ne veux tout de même pas prendre l'habitude de pousser tes affaires au lieu de te laisser pousser par elles... — P. N., dans "Vendre".

N'était-ce la liste de paye, le fait d'être en affaires serait un joyeux passe-temps.

L'amélioration du langage de la profession

POUR s'intéresser aux questions sociales, il n'est pas nécessaire d'en référer à une multitude de principes difficiles et compliqués. Il y a pourtant certaines données simples et fondamentales qu'il ne faut pas oublier. Entre autres, celle-ci: lorsque l'État donne aux individus les moyens d'agir, ils règlent eux-mêmes les problèmes de leur profession tout aussi bien, sinon mieux, que les corps publics ne sauraient le faire.

Puisque le *Bulletin des relations industrielles* m'en fournit l'occasion, je m'efforcerais de vous démontrer la valeur de ce principe en l'appliquant à l'un des plus grands problèmes de la profession, celui d'améliorer le langage technique, et surtout l'expression française propre au métier. Dans l'espace de cinq ans, le comité paritaire et la commission d'apprentissage de la chaussure ont réalisé une réforme de portée vraiment nationale, non seulement en dotant l'industrie d'une terminologie française, mais encore en la faisant accepter graduellement par un nombre considérable d'employeurs et d'employés.

Si un problème semblable se pose dans votre industrie, et si vous croyez que les employés de votre province devraient parler de leur métier avec des termes précis plutôt que dans un jargon demi-anglais et demi-français, vous serez, sans doute, très intéressés à connaître cette expérience et, peut-être même, à la réaliser dans votre milieu.

Le problème.

Les membres du comité paritaire, appelés à rédiger le décret, et les représentants de la commission d'apprentissage, chargés d'enseigner le métier, ont vite constaté que nombre de termes utilisés dans l'industrie de la chaussure étaient, non seulement impropres, mais tout simplement affreux. Le même problème se présente, d'ailleurs, dans plusieurs autres industries.

La machinerie, l'outillage, les catalogues nous parviennent, pour la plupart, des États-Unis. Les personnes employées dans l'industrie apprennent d'abord les termes anglais et les utilisent en parlant français. Ainsi le patroniste fait son «standard» ou son «spider web»; le tailleur découpe des «vamp», des «back strap», des «quarter», des «overlay»; l'homme de «stock» «channelle» la fausse; le monteur «trimme l'inseam»; le préposé au fonçage «slugue le top piece», et, au département de la finition, on fait le «burnishage». La plus élémentaire fierté du métier exigeait que la profession améliorât son langage

Le comité.

Un comité a été chargé de trouver et de compiler les termes du métier: termes anglais officiels et, en regard, les termes français. Le comité a travaillé dur. La tâche n'était pas facile. Les termes français étaient si différents des expressions anglaises, qu'en lisant les livres français on ne les comprenait pas.

Enfin, après avoir comparé les machines, les dessins, les photos, les volumes, les documents, le comité a rédigé, tout d'abord, une liste qui a été approuvée par l'assemblée, puis une brochure mimeographiée de 36 pages avec illustrations.

Voici, à titre d'exemple, quelques expressions anglaises et leurs correspondants français:

rough rounding	— graver sur forme
channelling insole	— graver la première
laying sole	— ficher la semelle
slugging heel	— bonbouter le talon
trimming edge	— fraiser la lisse
fixing wedge heel	— poser le talon cambrure
cutting back strap	— tailler la baguette
burnishing heel	— lustrer le talon
skiving vamp	— parer l'empeigne

Les noms des membres de ce comité ne passeront probablement pas à l'histoire; il n'en reste pas moins qu'ils ont rendu un immense service à la cause de la langue française dans la province.

Diffusion.

Connaître les termes, c'était le premier pas. Mais comment les faire adopter par la masse? Un comité paritaire et une commission d'apprentissage ont toujours des moyens à leur disposition, précisément parce qu'ils ont le grand avantage d'avoir des contacts immédiats et journaliers avec les patrons et ouvriers de l'industrie.

Tous ces contacts ont été mis à contribution. D'abord, les termes ont été insérés dans le décret; chacune des opérations a été décrite avec les termes choisis, anglais et français. Puis, les inspecteurs du comité paritaire, qui entrevoient chaque salarié individuellement, au moins tous les trois mois, ont enseigné, à chacun des employés de langue française, le terme français de son opération. Le «trimmer» de lisses a su que son opération s'appelait «fraser la lisse»; le «rounder» a appris que son travail s'appelait «graver sur forme»; le patronniste a fait un gabarit au lieu d'un «standard» et le tailleur a découpé des empeignes, des quartiers, des baguettes et des add'iqués

Plusieurs manufacturiers ont demandé les termes français et ont fait imprimer leurs listes de prix, en anglais et en français, de sorte que maintenant l'employé à la pièce peut lire les deux termes chaque fois qu'il détache un coupon de paye.

Pour sa part, la commission d'apprentissage utilise les termes français dans la rédaction de ses cours et dans l'analyse des opérations. Les professeurs de l'école ont instruction d'utiliser les termes français afin que les travailleurs en chaussures, finissants de l'école, soient familiers avec ces termes.

La commission d'apprentissage est allée plus loin. Elle a donné, dans les écoles de chaussure, dans les usines, dans les syndicats ouvriers, à travers la province, des cours abrégés à tout groupe de 10 à 15 employés qui en faisaient la demande; l'instructeur a expliqué, avec parties de chaussures en mains, chacun des morceaux et chacune des opérations en indiquant l'expression française exacte.

Et nous avons reçu des secours inattendus. Des contremaitres, intéressés à la cause, ont inscrit, chaque jour, dans leurs départements, sur tableau noir, les noms français de quelques opérations pour s'assurer que chaque employé les apprendrait et les utiliserait.

Mentionnons encore que le «Service de renseignements» a adressé à tous les manufacturiers et salariés de l'industrie de la chaussure des listes complètes des principaux termes français et anglais de chaque département, avec illustrations. Les termes français ou anglais, selon le cas, sont employés dans chaque bulletin.

Voici, en résumé, les moyens utilisés par le comité paritaire et la commission d'apprentissage pour vulgariser les termes français, et même les termes anglais exacts, dans l'industrie:

1. *Le comité paritaire :*

- révision et correction du décret;
- entrevues des inspecteurs avec chaque employé;
- révision des listes de prix ou coupons de paye;
- propagande à domicile par le «Service de renseignements».

2. *La commission d'apprentissage :*

- rédaction des cours en français;
- enseignement des termes par les professeurs à l'école;
- cours abrégés dans les usines et les organisations syndicales;
- collaboration des contremaitres, dirigeants de personnel et chefs ouvriers.

Entre nous, y a-t-il un pouvoir public qui pour-

rait utiliser autant de moyens à la fois pour arriver à ses fins? Pour cela, il faut connaître l'industrie dans ses détails et chacune des personnes qui la composent. Solutionner les problèmes de la profession appartient, en premier lieu, aux patrons et ouvriers de l'industrie; c'est le rôle de l'État, non pas de se substituer aux intéressés, mais de seconder leurs efforts, comme il le fait, d'ailleurs, par la Loi de la convention collective et par la Loi de l'aide à l'apprentissage.

Résultats obtenus.

Tout n'est pas encore parfait, loin de là. Mais la marche continue et le langage professionnel s'améliore constamment. Nous en avons des preuves tous les jours. Nous recevons, par exemple, des lettres de manufacturiers ou de leurs représentants, d'organisations ouvrières ou de contremaitres, qui contiennent exclusivement des termes français au lieu des expressions courantes d'autrefois. En plus, des bureaux de traducteurs nous demandent des termes français. Des tanneurs, des industriels, des fournisseurs, non seulement de la province de Québec, mais de l'Ontario et des États-Unis, s'assurent que leurs annonces portent bien les termes français du métier à côté de l'expression anglaise exacte.

Tout cela s'est fait dans un espace de temps relativement court, ce qui nous laisse espérer que, dans quelques années, tous les employeurs et employés de la chaussure utiliseront les termes techniques français lorsqu'ils parleront français.

Les comités paritaires et les commissions d'apprentissage, tout comme les gouvernements, les pouvoirs publics, les professions libérales et autres, ne sont pas parfaits. Mais si nous considérons le travail qu'ils ont accompli en si peu de temps, et sans causes sérieuses de critique, il n'y a pas de doute qu'ils peuvent soutenir la comparaison avec les institutions les plus efficaces et les plus méritantes.

Améliorer le langage de la profession n'est qu'une bien faible partie de la tâche qui incombe aux comités paritaires et aux commissions d'apprentissage; mais, à mon point de vue, ce travail est si important, si nécessaire et si urgent, que si les comités et les commissions n'avaient fait que cela, ils auraient déjà prouvé leur raison d'être et bien davantage.— Léonce GIRARD — *Bulletin des relations industrielles.*

C'est en étudiant le passé qu'on peut obtenir une assez juste idée de l'avenir.

Heureux celui qui sait apprendre beaucoup de peu d'expérience.

DES INDUSTRIES DE BASE

désirent emprunter de

\$5,000 à \$30,000

sur

PREMIÈRE HYPOTHÈQUE à 4, 5 et 6%

Aussi, actions privilégiées 6% et actions ordinaires

Renseignements supplémentaires sur demande

Toute communication sera tenue strictement confidentielle

Ecrire à :

Casier 9-a " LES AFFAIRES "

4, rue St-Jacques,

:::

:::

QUÉBEC

MANUELS TECHNIQUES

EN LANGUE FRANÇAISE — MESURES CANADIENNES

Au service de la classe ouvrière pour la formation des compétences.

POUR LES

MACHINISTES 7 VOLUMES



RELIURE MARRON

- Les outils manuels
- Manuel du machiniste
- Ferblanterie et soudures
- Manuel de réfrigération
- Mécanique appliquée
- Dessin de machines et lecture des plans
- Chaudières et machines à vapeur

Gardez cette annonce; elle ne paraîtra qu'à intervalles très espacés

METIERS DE LA CONSTRUCTION 6 VOLUMES

- Charpente et menuiserie
- Hygiène et plomberie
- Chauffage et ventilation
- Eclairage et installations électriques
- Peinture et vitrerie
- Maçonnerie, briquetage, etc.



RELIURE ROUGE MANDARIN

MENUISIERS PEINTRES PLOMBIERS BRIQUETEURS ÉLECTRICIENS

LA BIBLIOTHEQUE DE L'HOMME D'AFFAIRES 12 VOLUMES

- Organisation et financement des entreprises (Corporate Organization & Financing)
- Crédits et recouvrements (Credits & Collection)
- Marchés mobiliers et placements (Stock Exchanges & Investments)
- Principes d'organisation (Business Organization)
- Organisation de l'emploi (Personnel Management)
- Organisation de la production (Factory Management)
- Organisation financière et administrative (Office & Cost Management)
- La psychologie appliquée aux affaires et à la vente (Business & Sales Psychology)
- Sélection et formation des vendeurs (Salesmen Selection & Training)
- Organisation du service des ventes (Merchandising & Sales Management)
- Prospection de la clientèle (Marketing)
- La vente et la publicité (Salesmanship & Advertising)

Pour le propriétaire, le gérant ou les chefs de services



RELIURE BLEUE — TITRES DORES

DECOUPEZ et METTEZ à la Poste AUJOURD'HUI

AVOIR
VOIR

Faites venir la brochure qui vous intéresse.

Belisle, Editeur, 4 St-Jacques, QUEBEC.

Sans aucune obligation de ma part, je désire recevoir la BROCHURE décrivant—

- La Bibliothèque du Machiniste — 7 vols.
- L'ENCYCLOPEDIE de la Construction — 6 vols.
- La BIBLIOTHEQUE de l'Homme d'Affaires — 12 vols.

Nom

Adresse

Occupation

Editions neuves ou en préparation

L'EQUIVALENT en FRANÇAIS des
Meilleurs ouvrages américains correspondants
UNE DOCUMENTATION MONNETE A DES PRIX HONNETES
POUR EVITER TOUTE DECEPTION EXIGEZ TOUJOURS
LES AUTHENTIQUES MANUELS DE

BELISLE, ÉDITEUR

La seule Maison canadienne du Livre Technique

2 et 4 rue St-Jacques — — — QUEBEC, P.Q.