

# AFFAIRES



Qu'est-ce que le Crédit ?  
Comment opère le Crédit ?



Le succès phénoménal des  
étalages sonores aux Etats-Unis



L'étude de la vente comporte  
de multiples avantages



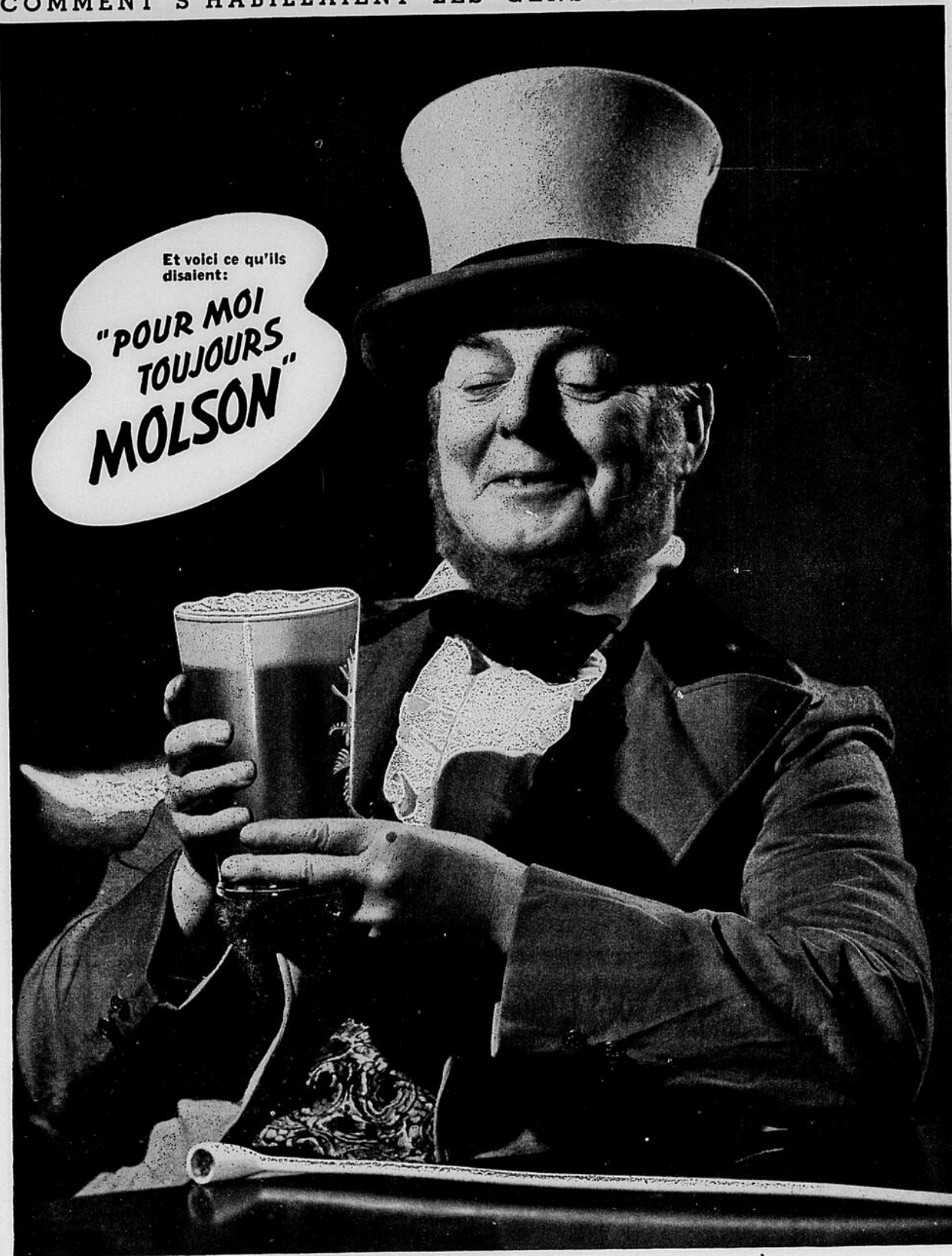
Crédit Social  
et socialisme d'Etat



Détaxons ! Détaxons !



COMMENT S'HABILLAIENT LES GENS DE LA VILLE EN 1860



Et voici ce qu'ils disaient:  
"POUR MOI  
TOUJOURS  
MOLSON"

LA BIÈRE QUE VOTRE ARRIERE-GRAND-PÈRE BUVAIT

# Les AFFAIRES

Le magazine national des hommes d'affaires canadiens de langue française.

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

## SOMMAIRE — JUN 1939

### ARTICLES —

Qu'est-ce que le crédit? Comment opère le crédit?	
Louis-A. Belisle .....	98
Pour vous, Madame., — Eric-J. Pulton .....	105
Crédit social et socialisme d'Etat. — Gustave Sauvé o.m.i.	106
Détaxons! Détaxons! .....	107
Le dernier mot., .....	108
Le succès phénoménal des étalages sonores aux Etats-Unis. — Albert Bliss .....	109
L'étude de la vente comporte de multiples avantages. — Louis-A. Belisle .....	112

### ANNONCES —

Molson's Breweries .....	2e page de la couverture
J.-E. Laflamme Limitée .....	99
Introduction à l'Etude de la Comptabilité .....	100
Banque Canadienne Nationale .....	101
Madden & Fils Limitée .....	102
Raoul Tardif .....	103
Universal Book Mart .....	104
Comment se faire des amis .....	110
Caisse d'Economie de N.-D. de Québec .....	111
Champoux & Parent Enr. ....	3e page de la couverture
J.-O. Nadeau .....	3e page de la couverture
National Breweries Limited .....	4e page de la couverture

LES AFFAIRES, revue d'action économique, publiée mensuellement par Louis-A. Belisle, A. C. B. A. 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 3-2922

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

### ABONNEMENT

Canada, un an: \$2.00

Etranger: \$2.50

## D'UNE "AFFAIRE" A L'AUTRE



L n'y a pas si longtemps, il était à la mode de décrier notre prétendu individualisme. Tout naturellement, nos jeunes gens qui auraient eu des dispositions pour se distinguer de la foule, ne voulant pas passer pour individualistes, prirent le parti de faire comme tout le monde et de suivre les mouvements, les groupements, les cercles, et que sais-je encore, où l'effort individuel doit se confondre avec la moyenne et ne pas la dépasser.

Dans une causerie qu'il prononçait dernièrement devant la Fédération des Publicitaires d'Amérique, Paul Garrett, de la General Motors Corporation, s'insurge contre ce nivellement de la personnalité. "Il est faux de prétendre, dit-il, que l'Etat passe avant le peuple et que le groupe est plus important que l'individu.

"On dit que l'effort individuel ne compte guère, à présent, et que l'initiative n'a plus sa raison d'être. Ce sont là des doctrines étrangères qu'il faut dénoncer.

"Pourtant, au cours des âges, tout ce qui a contribué à améliorer le sort et la mentalité des peuples fut le résultat des sacrifices, du travail et de l'initiative de quelque particulier. Ce fut Pasteur et non une association médicale qui nous apporta la théorie microbienne. Ce fut Lindbergh et non un comité d'aéronautes qui traversa l'océan. Ce fut Ford et non un bureau d'experts qui mit en application la production massive. Ce fut Bell et non une société scientifique qui nous a permis de porter la voix humaine aux quatre coins de la Terre. Ce fut Berlin et non l'union des musiciens qui nous a donné "Alexander's Ragtime Band". Ce fut Kettering et non la ligue des brocanteurs d'autos qui nous a donné le démarreur automatique. Ce fut quelqu'un qui voulut réaliser une idée et non la fédération des entreprises de salaison qui nous a donné le "hot-dog" et l'industrie qui en dérive.

"Regardez autour de vous. D'où sont venues toutes les choses, toutes les inventions, qui valent la peine d'être appliquées? Pas une seule ne fut créée par un groupe, mais toutes sont sorties des mains d'un homme doué d'inspiration.

"Lâchons tout le reste. Mais ne lâchons jamais ce qui peut inciter chaque homme à fournir, individuellement, un effort plus grand".

Ces paroles sont à méditer. Elles cadrent si bien avec ma théorie mainte fois énoncée dans "Les Affaires", que je n'ai pu résister au désir d'en faire la citation textuelle. En cherchant à augmenter sa valeur personnelle, chaque homme travaille au bien de la collectivité. Et la somme de multiples valeurs individuelles réunies forme une grande nation. Rien ne sert de grouper des nullités; mieux vaut n'avoir aucun groupement et quelques réalisateurs d'envergure, qu'une foule de groupements et pas assez de millionnaires.

Louis-A. BELISLE.

# Qu'est-ce que le crédit ?

## Comment opère le crédit ?



une époque où les affaires semblent paralysées par le manque de confiance, le titre de cet article pourra paraître à plusieurs comme la moutarde après le dîner. On verra par ce qui va suivre qu'il ne faut jamais préjuger d'une situation.

Il s'est dit tellement d'insanités sur notre système économique, et l'on a tellement abusé du crédit, en haut lieu, depuis quelques années, que la situation peut paraître sans issue. Elle est, certes, fort compromise, mais il reste encore une lueur d'espoir. Dans un prochain article, nous dirons un mot des perspectives courantes de la politique. Mais, pour ce qui est du crédit, nous nous en tenons à ses formes traditionnelles. Rien ne sert de vouloir radicalement changer l'ordre des choses, quand, surtout, cet ordre est le fruit d'un travail séculaire d'adaptation.

### POUVOIR D'ACHAT

Le crédit, c'est, disent les économistes, l'un des aspects du pouvoir d'achat. On peut acheter en payant comptant — quand on a la bonne fortune d'avoir la monnaie sous le pouce — mais, en dehors des menues transactions, bien rares sont les ventes strictement au comptant. On a estimé que 97% de toutes les transactions d'affaires se font à crédit, ce qui n'est pas de nature à amoindrir le rôle du crédit dans notre vie économique.

Puisque le crédit est l'un des aspects du pouvoir d'achat, comment opère-t-il ? En premier lieu, on peut dire que le crédit est un moyen de faire valoir, comme pouvoir d'achat, des moyens autres que la monnaie. Le crédit peut, en effet, s'appuyer sur la valeur de certaines propriétés. On voit tout de suite la futilité des doctrines nouvelles qui voudraient créer du crédit en émettant de la monnaie, en augmentant le total de la monnaie en circulation. Nous verrons tout à l'heure que le crédit sert à convertir en pouvoir d'achat beaucoup de choses autres que la monnaie et qu'il est toujours censé n'opérer que pendant une période de temps déterminée.

Il s'ensuit que le crédit est essentiel à toutes ou presque toutes les transactions commerciales et que les chefs d'entreprises doivent posséder une connaissance approfondie du mécanisme des crédits et recouvrements. En dernière analyse, l'administration d'une affaire consiste à accorder du crédit à certains clients

et à en obtenir le paiement dans les délais convenus. La plupart des difficultés qui se rattachent à la direction des entreprises proviennent du peu de soin que l'on apporte à accorder à la clientèle des crédits et à en percevoir ce qui est dû à l'entreprise. C'est pourquoi nous extrayons d'un cours universitaire américain la définition suivante du crédit et de son mécanisme. Les chefs d'entreprises et tous ceux que passionne l'étude des problèmes monétaires liront sans doute avec intérêt ce large extrait.



Ce que font les banques et tous ceux qui accordent des crédits, c'est de prêter du **pouvoir d'achat**. Lorsqu'un marchand en gros accorde au détaillant trente ou soixante jours avant de lui réclamer le paiement des marchandises facturées et livrées, le marchand en gros ne fait, à vrai dire, que donner du pouvoir d'achat à ce détaillant. Lorsque le manufacturier reçoit le produit d'une émission d'obligations, il emprunte du pouvoir d'achat en se procurant des fonds qu'il pourra utiliser pour donner plus d'expansion à ses affaires ou à faire face aux paiements, aux obligations qu'il a contractées dans le passé, comme, par exemple pour rembourser le capital d'une émission antérieure maintenant échue.

On se rend compte ici que le crédit a une certaine relation avec le temps parce qu'il accorde un pouvoir d'achat, et que ce pouvoir d'achat ne vaut que pour une période de temps déterminée.

### LES DEUX ASPECTS D'UNE TRANSACTION

#### A CREDIT

Presque tous les manuels traitant du financement des entreprises s'étendent longuement sur les transactions à crédit parce que ce problème administratif contribue à assurer à l'entreprise un pouvoir d'achat suffisant en tout temps. Nous nous limiterons ici à expliquer où et comment et pourquoi le crédit est accordé et comment sont effectués les remboursements de ces mêmes crédits.

Il existe un rapport étroit entre les deux aspects du crédit: c'est-à-dire entre les prêts et les emprunts. Toute administration efficace comporte une gestion intelligente des crédits et des recouvrements.

POURQUOI A-T-ON BESOIN DE CREDIT ?

Pourquoi les vastes organismes actuels existent-ils dans presque tous les pays du monde pour veiller à l'octroi des crédits? Pourquoi les maisons d'affaires ont-elles besoin d'emprunter des banques, des particuliers ou des maisons avec lesquelles elles font affaire?

On pourrait répondre qu'une entreprise a besoin de crédit parce qu'elle fait elle-même crédit à d'autres entreprises ou particuliers, mais ce serait, évidemment, une réponse purement superficielle.

Nous savons que l'intérêt est le prix payé pour l'utilisation d'un pouvoir d'achat. Les entreprises ont souvent besoin d'un plus grand pouvoir d'achat, soit sous forme d'argent, soit sous une autre forme qu'elles peuvent utiliser pour faire leurs achats. C'est pourquoi elles cherchent à obtenir du crédit, c'est-à-dire à emprunter un plus grand pouvoir d'achat de la banque. Directement ou indirectement, ce pouvoir d'achat est accordé à l'entreprise par ceux qui au moment où l'emprunt est contracté, ont en disponibilité un plus grand pouvoir d'achat qu'ils n'en peuvent utiliser.

La distance entre les emprunteurs et les prêteurs est supprimée par les banques et autres organismes qui servent essentiellement comme intermédiaires pour faciliter la distribution du pouvoir d'achat disponible parmi ceux qui en ont le plus besoin, qui peuvent en utiliser plus qu'ils en ont.

Lorsqu'on songe à la période qui s'écoule généralement entre l'achat des matières brutes et la vente du produit fini, dans une entreprise manufacturière, il est facile de comprendre pourquoi les industriels peuvent avoir besoin d'un plus grand pouvoir d'achat pour mener à bien leurs opérations.

D'un autre côté, prenons, si vous le voulez, le cas d'un jeune couple qui désire s'acheter une résidence mais qui a à peine assez d'argent pour s'acheter un lot à bâtir. En utilisant le crédit, ce jeune ménage pourra faire construire une maison sur son lot, y demeurer et répartir ses paiements sur les années à venir.

Sans le crédit il serait impossible, dans une très grande partie des cas, de devenir propriétaire d'une maison. Mais, grâce au crédit, les jeunes ménages ou quiconque ayant un revenu stable et qui a assez d'économies pour effectuer un premier paiement, peut

entrer immédiatement en possession d'une résidence et y demeurer en contractant l'obligation de payer ce qui reste au cours des années à venir.

Trois choses sont nécessaires pour acheter une maison: l'acheteur doit posséder un lot à bâtir ou avoir en mains suffisamment d'argent pour payer le "comptant" demandé; il doit être disposé à s'engager à faire des paiements périodiques; enfin, une autre personne ou une maison de finance doit être prête à lui accorder du crédit.

LES BASES DU CREDIT

Et, maintenant, pourquoi quelqu'un accordera-t-il du crédit à cette personne? Il existe plusieurs raisons. La principale, c'est la confiance en l'aptitude et à la volonté de l'acheteur de faire honneur à ses versements régulièrement pendant une période d'années. Le crédit est donc basé sur la confiance du créancier en l'aptitude et la volonté de l'emprunteur à rembourser les sommes prêtées. Mais pourquoi cette confiance existe-t-elle? C'est parce que l'acheteur de la maison a un emploi régulier qui lui assure des revenus réguliers, et que ces revenus lui permettront de faire face à ses versements à mesure qu'ils seront dus. Au surplus, l'acheteur s'exposerait à perdre tout ou presque tout le montant qu'il a versé comptant sur la propriété si, pour une raison ou pour une autre, il ne pouvait faire honneur à ses versements.

Les facteurs dont il faut tenir compte dans la transaction décrite ci-dessus sont les mêmes pour toute autre transaction à crédit. Le besoin de crédit qu'éprouve l'acheteur d'une maison peut être satisfait parce que le crédit permet de se procurer la maison — qui a une certaine valeur — lors même qu'il ne peut la payer entièrement au comptant. L'homme d'affaires utilise le crédit pour les mêmes raisons.

LES DIVERSES FORMES DE CREDIT

Si nous jetons un coup d'oeil sur le monde des affaires, nous constatons qu'il y existe différentes formes de crédit. Il y a le crédit commercial, le crédit bancaire, le crédit personnel et le crédit à l'étranger. Quels que soient la forme et les termes employés, les bases du crédit restent les mêmes: c'est la confiance, la conviction qu'a le prêteur que l'emprunteur pourra faire face à ses obligations à mesure qu'elles écherront.

LE CREDIT COMMERCIAL

La principale forme de crédit, la plus usitée, est celle qui se rapporte aux transactions commerciales courantes. C'est le crédit que s'accordent les maisons d'affaires entre elles afin de faciliter les échanges de marchandises ou de services. Mais avant que d'entrer pour de bon dans le sujet du crédit commercial, nous allons brièvement passer en revue les différentes for-

Tél. 2-1264 — 2-1265 Lévis: Tél. 738J

*J.E. Laflamme, Limitée*

Courtiers en Obligations

15. SAULT-AU-MATELOT, QUEBEC

mes de crédit d'usage journalier, afin de voir quelles relations existent entre elles.

#### LES BANQUES, LES AFFAIRES ET LE CREDIT

Jetons un coup d'oeil sur l'ensemble des activités humaines. Qu'y découvrons-nous ? Au sein d'une nation industrielle, nous remarquons tout de suite que le besoin de capitaux varie suivant le temps et l'endroit et aussi en quantité. Cette variation provient surtout de ce que les paiements faits par une entreprise diffèrent de temps à autre des sommes qu'elle recouvre de sa clientèle. Le cultivateur a besoin d'acheter des semences au printemps, mais ce n'est guère avant l'automne qu'il pourra retirer des revenus de sa récolte. Plusieurs industriels doivent, à certaines périodes fixes de l'année, faire leurs "placements", c'est-à-dire acheter d'avance des marchandises ou des matières premières qu'elles ne pourront écouler comme produit fini que beaucoup plus tard. Il s'ensuit que le besoin d'argent — ou de crédit qui peut servir les mêmes fins que l'argent — varie constamment d'une industrie à l'autre et d'une partie du pays à l'autre.

S'il n'existait aucun moyen de transférer l'argent et le crédit d'un endroit à un autre suivant les besoins, le développement de la production et du commerce procéderait lentement et difficilement. En fait, on peut assimiler la distribution de l'argent et du crédit à la circulation du sang. Le coeur, ce sont les banques qui servent à fournir le crédit où le besoin s'en fait sentir et quand ce besoin se fait sentir.

#### LE ROLE DES BANQUES

Une bonne définition de la banque a été donnée par Frank-A. Vanderlip:

"L'essentiel du rôle des banques n'est pas de recevoir l'argent, de le garder en sécurité ni de le prêter. Les transactions monétaires d'une banque sont relativement peu importantes dans les conditions ordinaires; presque toutes les affaires de banque consistent à recevoir des clients des preuves de créance — qui ont une circulation restreinte — et à donner à ces mêmes clients les preuves de la créance de la banque qui, elles, ont une circulation universelle. Ces preuves de créance bancaires sont alors transférées d'un particulier à l'autre et d'une banque à l'autre. Il s'ensuit que les crédits ainsi créés peuvent devenir des instruments d'échange, grâce auxquels 95% des transactions commerciales seront probablement effectuées".

Parce que le crédit est essentiel aux affaires telles qu'elles se pratiquent aujourd'hui, il arrive que plus le crédit est réparti avec efficacité et judicieusement par l'entremise du système bancaire, moindres sont les frictions qui entravent l'activité commerciale dans son ensemble.

## Introduction à l'étude de la comptabilité

En quatre Volumes

Par le Frère Irénée, C.G.A.

*Professeur à l'École Supérieure de Commerce de  
Québec*

Le Frère Irénée a eu l'heureuse idée de baser toute sa théorie comptable sur les rapports de deux personnages très distincts, très concrets: le patron et le comptable. Le patron confie à son comptable des valeurs dont ce dernier est responsable. Ces deux individus sont comme les deux pôles de toutes les transactions d'affaires dont chacune — sauf les échanges de valeurs égales — représentent nécessairement une augmentation ou une diminution des relevances du comptable au patron, de sorte que les comptes respectifs de ces deux personnages sont toujours inversement égaux, l'équilibre stable entre le débit de l'un et le crédit de l'autre n'est jamais rompu. La préparation du bilan n'offre plus guère de difficultés. Il ne s'agissait que d'y penser.

Cette théorie s'applique à tous les cas, et corrobore le postulat de L. Moutault: "*Si la Comptabilité est une science, ses principes doivent être absolument rigoureux et s'appliquer à l'universalité des cas*".

L'apparition de "l'Introduction à l'Etude de la Comptabilité" relègue donc aux archives du passé des flots de théories comptables très élaborées, souvent contradictoires et tirées par les cheveux à plaisir. Ainsi disparaît le doute humiliant qui faisait hésiter à dire si la Comptabilité était un art ou une science. Ainsi se trouve établie une méthodologie de l'enseignement de la comptabilité qui demeurera, parce qu'elle est la plus simple, la plus complète, la seule vraie, la seule adéquate à son objet. Frère PALASIS, *Principal de l'École Supérieure de Commerce de Québec*.

Trois volumes sont déjà en vente, au prix suivants: Vol. I, \$1.00; Vol. II, \$1.00; Vol. III, 1.25.

Le quatrième volume sera prêt pour septembre et se détaillera probablement \$2.50.

Les quatre parties du Maître se vendent \$3.00 chacune. Remise habituelle aux instituteurs et aux libraires.

Les exercices d'application des trois premiers volumes pourront être faits dans des cahiers spécialement préparés à cette fin. Ces cahiers sont actuellement en préparation.

Procure des Frères des Ecoles Chrétiennes,  
10, rue Cook, Québec.

Nous pouvons juger de l'influence d'une bonne répartition des crédits sur l'état des affaires quand se produit un événement de nature à saper la confiance sur laquelle repose le crédit. Des rumeurs politiques peuvent ébranler la confiance populaire; ou des lois nouvelles s'annoncent qui, par leur répercussion sur les affaires, rendent les gens extrêmement prudents dans l'octroi des crédits. Le crédit est alors entravé et l'on dit que "l'argent devient rare". En fait, pourtant il y a en circulation autant d'argent qu'autrefois, mais ceux qui en sont les possesseurs sont sous l'impression qu'ils courent un plus grand risque à le laisser utiliser par d'autres. Plusieurs gens préfèrent alors garder leur argent plutôt que de le prêter pour des fins commerciales.

Une phase aiguë de cet état d'esprit se manifeste au cours d'une panique financière, lorsqu'à peu près tout le monde redoute de prêter de l'argent à autrui. La confiance aux aptitudes des emprunteurs à rembourser leurs emprunts est alors fort restreinte et il arrive que les gens n'osent plus même laisser leur argent à la banque. En des périodes aussi embrumées de pessimisme, on se rend compte plus que jamais que des crédits qui circulent librement sont essentiels à la stabilité financière de la nation.

Comme le disait plus haut M. Vanderlip, les banques accordent un crédit dont la circulation est considérable en échange d'un crédit restreint, n'ayant à peu près aucune valeur d'échange. Autrement dit, elles prêtent leur propre crédit en tant que banques, renforcé par leur capital et leur surplus, aux maisons d'affaires et autres qui possèdent un pouvoir d'achat, mais dont ce pouvoir d'achat est immobilisé dans des biens (comme des marchandises, des machines, des obligations, etc.) qui ne peuvent être directement utilisés pour effectuer des paiements.

Les banques achètent et vendent aussi du crédit — elles paient de l'intérêt sur les dépôts d'épargne et demandent à ceux qui empruntent l'argent de ces dépôts un intérêt. Les banques acceptent également en dépôt tous les fonds de surplus des maisons d'affaires et des particuliers, pour ensuite les mettre à la disposition de ceux qui ont besoin de crédit. En un mot, le rôle des banques consiste à "fabriquer" et à distribuer des crédits qui peuvent être employés pour faire des paiements. Leur "matière brute" est le crédit qui existe sous des formes qui ne peuvent être directement employées à faire des paiements.

Par exemple, une certaine entreprise de services publics émet des obligations garanties par une hypothèque sur ses propriétés. Les banques et certaines autres institutions financières achètent ces obligations en se servant des fonds à elles confiées par les déposants et les épargnants. En échange, elles accordent à l'entreprise de services publics du crédit — parce qu'elles

ont confiance aux aptitudes de cette entreprise à rembourser son emprunt et les intérêts qu'il porte.

En principe, une grosse entreprise qui obtient du capital en lançant une émission d'obligations n'agit pas autrement qu'un particulier qui emprunte de la banque quelques dollars. Dans un cas comme dans l'autre, le prêteur a confiance que l'emprunteur pourra rembourser son emprunt avec les intérêts que ce dernier porte. Dans le premier cas, la confiance est basée sur le fait que la propriété donnée en garantie possède une valeur de vente qui protège pleinement le prêteur; dans le second cas, la confiance peut simplement reposer sur la foi personnelle du banquier en l'aptitude de l'emprunteur à pouvoir rembourser intégralement son emprunt. On se rend compte que le crédit, quelle qu'en soit la forme, repose sur la croyance par le prêteur en la valeur morale et pécuniaire de l'emprunteur.

Lorsqu'une entreprise a temporairement besoin de plus de capital d'exploitation, c'est le crédit des banques qui vient à la rescousse. On peut alors obtenir un prêt à court terme de la banque. Le montant reçu de la banque est alors crédité au compte de banque de l'emprunteur, qui peut ensuite émettre des chèques pour la valeur de cet emprunt. L'emprunteur se sert du crédit de la banque et il dédommage cette dernière en lui payant un intérêt parce qu'il obtient un pouvoir d'achat accru qui va lui permettre de réaliser un bénéfice avant d'en effectuer le remboursement. La banque a confiance que son prêt sera profitable à l'emprunteur — autrement elle ne consentirait pas ce prêt.

## COMMENT NOUS VOUS SOMMES UTILES

Nous administrons des comptes courants et des comptes d'épargne. Nous faisons de l'escompte, des prêts à court terme et des avances sur titres. Nous effectuons au meilleur compte des encaissements et des remises au Canada et à l'étranger. Nous émettons des lettres de crédit circulaires ou commerciales payables dans toutes les parties du monde. Nous finançons les importations et les exportations.

Nous achetons et vendons des valeurs de placement de toute catégorie. Nous louons des coffrets de sûreté.

Nos ressources et notre expérience sont à votre disposition. Notre personnel est à vos ordres dans nos 537 succursales et agences.

### Banque Canadienne Nationale

ACTIF, PLUS DE \$150,000,000

12 succursales à Québec.

## LES SOURCES DU CREDIT

Quelle est la véritable source de crédit ? Tout ce qui a une valeur est une source possible de crédit — tout ce qui est tangible, comme une propriété immobilière, des machines et des biens meubles ayant une certaine valeur pécuniaire, et aussi certains impondérables comme des droits d'auteur, des brevets, des marques de commerce, l'achalandage. Les billets à ordre, les obligations et autres preuves de créance constituent également des sources de crédit, parce que ces choses ont une valeur. Cette vérité est illustré lorsque l'on escompte des billets à la banque ou lorsque l'on donne en garantie des obligations.

Pour se rendre compte combien variées sont les sources de crédit, il est à peine nécessaire de mentionner que les droits ou le titre à une chose de valeur peut se transférer d'une personne à l'autre, d'une ville à l'autre, d'une province à l'autre, sur la simple confiance en l'intégrité de l'emprunteur et moyennant une compensation acceptable sous forme d'intérêt.

En l'état actuel de notre système économique, tout pays, toute ville, même le plus modeste village possède un "entrepôt" de crédit, formé des objets ayant une valeur pécuniaire et que possèdent les gens. Les banques sont les principales dispensatrices du crédit par le fait qu'elles convertissent les valeurs tangibles et intangibles en une forme de crédit dont peuvent disposer tous ceux qui peuvent en faire un usage profitable et dont la réputation est bonne.

## LE CYCLE DU CREDIT

Prenons le cas d'une importante fabrique de chaussures, que nous appellerons La Chaussure Talon. Cette entreprise achète de temps à autre de vastes quantités de cuir, ce qui nécessite de gros déboursés. Naturellement, cette entreprise doit faire face chaque semaine à une grosse liste de paye, mais les sommes qu'elle perçoit dans le cours ordinaire de ses transactions suffisent à couvrir ses frais d'opération et d'administration.

Quand arrive le moment de se pourvoir en matières premières, il n'en va plus ainsi. Les milliers de peaux achetées du même coup des tanneurs ne serviront pas immédiatement, mais seulement plus tard. A juste titre, les administrateurs de cette manufacture de chaussures considèrent que c'est l'avenir qui doit payer et c'est pourquoi ils obtiennent un crédit qui leur permettra de régler leur compte avec les tanneries — à moins, toutefois, qu'il y ait en banque un large surplus à même lequel le paiement pourra être fait.

Le crédit obtenu peut prendre la forme d'un délai de trois à six mois accordé par les tanneries, ou d'un emprunt de trois à six mois de la banque. Dans un cas comme dans l'autre, la manufacture de chaussures

se charge d'une dette que l'avenir doit payer. Que cette dette soit due aux tanneries ou à une banque, cela importe peu, du moment que l'entreprise obtient un crédit aux termes les plus favorables et achète ses peaux au meilleur prix.

Il est probable, toutefois, que les tanneries, ayant à faire face à leurs propres frais d'opération et à payer d'importants achats de peaux brutes des maisons de salaison, ne seront pas en mesure d'accorder à la manufacture de chaussures un long crédit à des conditions favorables. En outre, le rôle d'une tannerie n'est pas de faire des prêts d'argent qui immobiliseraient de vastes tranches de son capital d'exploitation, quand le fabricant de chaussures peut tout aussi bien emprunter l'argent de sa banque.

## COMMENT LES BANQUES ACCORDENT LEUR CREDIT

Le manufacturier de chaussures se rend donc à sa banque. Cette dernière, étant la dispensatrice de ses propres crédits, s'applique à les distribuer là où il est profitable et prudent de le faire, là où c'est prudent pour elle aussi bien que pour l'emprunteur.

Conséquemment, le banquier posera probablement au manufacturier de chaussures certaines questions dont il attendra une réponse franche et nette. Il pose ces questions afin de s'assurer quelles sont les causes qui nécessitent un emprunt et aussi pour se rendre compte si l'emprunteur est capable et consentant de rembourser son emprunt lorsque celui-ci écherra. Voici quelques-unes des questions qu'il peut poser :

Quel est votre capital d'exploitation actuel ?

Quel est le montant de votre actif liquide ? (C'est-à-dire la somme des actifs qui pourraient être convertis en argent dans l'espace d'un an, par exemple).

Combien devez-vous à vos créanciers ?

Avez-vous des obligations à long terme à payer dans le cours des douze prochains mois ?

**MADDEN & FILS Ltée**

Etablie 1870

**Marchands Importateurs  
CHARBON**

Edifice L'Action Catholique.

3 BLVD CHAREST.

TEL.: 4-3578

J.-A. COUTURE, Gérant.

Quel est le bénéfice net réalisé sur vos opérations des deux dernières années ?

Ces questions et quelques autres vont procurer au banquier les renseignements dont il a besoin pour juger si un prêt doit être consenti ou non. Le banquier demandera en outre qu'on lui produise un état des pertes et profits, de même qu'un bilan des deux années précédentes. Si la réponse aux questions posées et l'examen des documents obtenus indiquent une position financière solide, de même que la perspective que l'emprunt sera remboursé à son échéance, il ne fait aucun doute que l'emprunt demandé sera accordé.

#### LE PROBLEME DU REVENDEUR

Les clients de la manufacture de chaussures se recrutent principalement parmi les revendeurs (jobbers). Ces entreprises ou particuliers n'ont rien à voir dans la fabrication ou la vente au détail de la chaussure. Ils achètent généralement du manufacturier par centaines de caisses à la fois, pour revendre en quantités moindres aux détaillants de chaussures de tout le pays.

Ces revendeurs, qui opèrent sur une grande échelle, ont de fortes échéances à envisager: ils doivent payer leurs achats des manufacturiers et aussi voir à leurs frais d'opération, au loyer, aux listes de paye, aux assurances diverses et aux frais d'administration. De plus, ils doivent voir à maintenir leurs équipes de vendeurs.

Pour faire face aux échéances considérables qu'ils ont avec les manufacturiers de chaussures, les revendeurs sont souvent obligés d'emprunter, à moins qu'ils n'aient une réserve exceptionnellement forte de capital d'exploitation. Leurs ventes sont faites tout le long de l'année aux détaillants, par petites quantités et en grande partie à crédit. Bien que la rentrée des fonds s'accomplisse assez régulièrement, le revendeur doit acquitter, à chaque saison, des sommes considérables. Il paie avant même d'avoir fait ses ventes aux détaillants.

Par conséquent, comme la manufacture de chaussures, le revendeur a recours à la banque; lui aussi, doit

répondre aux questions du banquier qui ressembleront dans une certaine mesure à celles qui furent posées au manufacturier, tout en en différent dans le détail. Dans le présent cas, la garantie du prêt résidera plus dans les actifs courants que dans des actifs immobilisés. Les inventaires de stock du revendeur, ses ventes, de même que ses dossiers de clients et la probabilité de ses recouvrements sont les facteurs qui intéressent le banquier.

Si la banque est satisfaite, le revendeur obtiendra un crédit qui lui permettront de faire face aux factures du manufacturier. Ce dernier, recevant promptement le paiement des marchandises livrées à ce revendeur et à plusieurs autres, pourra promptement rembourser la banque des sommes qui lui ont servi à payer les tanneries. Et les tanneries, à leur tour, pourront rembourser leur banque des emprunts contractés pour payer les peaux achetées des maisons de salaison. Telles sont quelques-unes des phases du cycle du crédit, auquel le détaillant et le consommateur prennent aussi leur part.

#### LE PROBLEME DU DETAILLANT

La dernière étape du cycle du crédit se place au moment de l'achat de la chaussure par le consommateur — c'est-à-dire par les hommes et les femmes qui se procurent des chaussures à la paire chez le détaillant.

La plupart des gens achètent des chaussures lorsqu'ils en ont besoin, soit quand leurs vieilles chaussures sont usées. Quelquefois, cependant, ils achèteront lorsqu'une occasion se présentera de se procurer des chaussures à bon marché dans une vente — en vue de s'en servir plus tard. Il s'ensuit que la vente au détail des chaussures ne subit pas autant l'influence saisonnière que la vente en gros des mêmes marchandises. Le revendeur fait souvent ses ventes au détaillant plusieurs mois avant que ce dernier écoule la marchandise au consommateur. Comme le revendeur, le détaillant perçoit de sa clientèle des sommes qui varient par rapport aux paiements périodiques qu'il doit faire sur ses achats de chaussures.

S'il veut faire face promptement à ses paiements, il doit, lui aussi, avoir recours à la banque — à moins que le revendeur soit prêt à l'attendre jusqu'au moment où il aura pu percevoir de ses clients les sommes suffisantes. Il se peut que le revendeur lui accorde 60, 90 et même 120 jours de délai pour le paiement de ses achats.

Mais, que le détaillant emprunte de la banque et puisse obtenir ainsi les escomptes accordés pour prompt paiement, ou qu'il prenne avantage de tout le délai qui lui est accordé par le revendeur, il devra fournir à l'un ou à l'autre les détails qui permettront à ceux qui lui font crédit de constater si le prêt est sûr. Le banquier ou le revendeur voudront s'assurer de l'état de

**RAOUL TARDIF**  
**ARTISTE COMMERCIAL**  
**DESSINS**  
 LETTRAGE ~ ANNONCES  
 VIGNETTES EN NOIR ET COULEURS  
 TEL. 3-0034 ~ 11 RUE DELIGNY

ses affaires, de la quantité de marchandises qu'il porte en stock par rapport à ses ventes, et aussi si ces marchandises sont vendables à un prix normal, si les ventes augmentent, se maintiennent ou déclinent, etc. On portera également attention à l'emplacement du magasin et aux conditions générales des affaires dans la ville où le détaillant est en opérations.

Si le risque de perdre n'est pas trop fort, le revendeur consentira à donner au détaillant du crédit sous forme d'un compte courant, c'est-à-dire qu'il lui expédiera des chaussures payables, disons, dans 60 ou 90 jours, sans que le détaillant soit obligé de garantir son achat. Mais il n'en reste pas moins que cette avance de marchandises n'est autre chose qu'un prêt, tout comme si le montant total de la facture avait été emprunté de la banque. Dans le présent cas, le revendeur se substitue au banquier. La chose se produit couramment du reste, et l'on peut même affirmer qu'à l'heure présente, le petit commerce de détail est supporté en majeure partie de cette façon.

A son tour, le détaillant peut accorder du crédit à quelques-uns de ses clients. Il pourra attendre plus ou moins longtemps pour se faire payer. S'il vend à des cultivateurs, il pourra attendre jusqu'à six mois ou plus avant que ce dernier ait pu se faire payer de sa prochaine récolte. Si le détaillant a une quantité considérable de comptes à crédit et si les recouvrements ne sont pas assez rapides, le détaillant devra probablement avoir recours à sa banque pour payer le revendeur, même si ce dernier lui a accordé un long crédit.

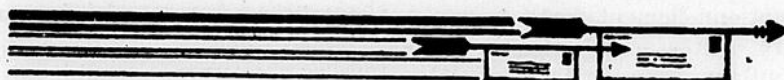
Telle est la structure financière moderne, relative au crédit. C'est le fruit d'une adaptation de longue main aux conditions à mesure qu'elles se sont présentées.

Supposons maintenant qu'une crise économique se produise, résultant, par exemple, d'une diminution sensible de la construction. Plusieurs ouvriers se trouvent sans emploi, les ventes diminuent et les recouvrements sont plus difficiles à effectuer. Il s'ensuit que la confiance en l'aptitude de rembourser les emprunts se trouve sapée, ce qui ralentit la marche du cycle. Le détaillant est moins incliné à faire crédit aux consommateurs; le revendeur est moins incliné à faire crédit aux détaillants; le manufacturier est plus prudent dans ses crédits aux revendeurs; les banques elles-mêmes se montrent plus inquisitives lorsque vient le moment d'accorder des prêts.

★

On se rend compte, par les détails qui précèdent, et dont l'essence a été extraite du cours de Business Management de LaSalle Extension University, que les banques ne peuvent indéfiniment créer du crédit. Si tel était le cas, elles auraient pu depuis longtemps parer aux effets du manque de confiance actuel en supplantant le crédit voulu à toutes les entreprises dont les recouvrements s'accomplissent avec difficulté.

Louis-A. BELISLE.



**Ê**TES-VOUS INTÉRESSÉS DANS L'ART,  
DANS LA **PUBLICITÉ**, OU DANS LA  
**PHOTOGRAPHIE**? ALORS, VENEZ VOIR  
SANS OBLIGATION NOS COLLECTIONS  
VENANT DES QUATRE COINS DU  
MONDE. DEMANDEZ LISTE NO 2.  
PUBLICATIONS TECHNIQUES  
ET SCIENTIFIQUES.

**UNIVERSAL BOOK MART**

U. MEIER, Prop. 1251, ouest rue Ste-Catherine, Montreal



L'Élevage commercial du lapin angora se pratique depuis deux ans à peine au Canada et déjà cependant, il prend les proportions d'une industrie.

L'Europe fut longtemps seule à élever l'angora, renommé pour sa riche toison blanche. On importait alors de France les plus beaux gants, foulards, boléros et autres articles de laine angora pour la toilette féminine. L'industrie s'étant ensuite propagée aux Etats-Unis, la France perdit le marché américain, dont le produit s'affirmait égal à l'autre. Et aujourd'hui, cette même industrie prend au Canada un rapide essor, obtient chez nous une laine qui possède toutes les qualités du produit français ou américain, et même une en plus.

Plusieurs éleveurs se sont associés en coopérative pour établir, au village d'Abercorn, P.Q., près de la frontière du Vermont, un clapier d'angoras dont la laine est filée à la main. Cette laine est supérieure à la meilleure laine angora d'importation en ce qu'elle ne "colle" pas. En d'autres termes, une élégante peut porter un ravissant boléro d'angora pour la soirée sans craindre que cette laine ne laisse des filaments sur sa robe.

Niché dans le splendide décor des Montagnes Vertes, le petit village d'Abercorn jouit d'un été plein de fraîcheur et de verdure, d'un hiver froid et sec. Cette rigueur du climat favorise admirablement l'élevage de l'angora qui n'a pas à se soucier, comme vous et moi, des morsures du froid, sa longue et soyeuse fourrure le tenant au chaud même si le mercure descend en bas de zéro. Très propre et d'une incroyable blancheur, la fourrure de l'angora atteint en effet quatre et cinq pouces de longueur.

Le lapin adulte fournit annuellement entre une livre et une livre et demie de laine. Sans cesse plus en demande, l'angora longue et floconneuse sert à une multitude de fins et se teint en toutes les couleurs. Hollywood y recourt pour doubler les robes de soie des actrices du cinéma parlant, afin d'empêcher les froufrous parasites susceptibles de nuire à l'audition. La laine angora donne de jolies chaussettes de tennis, des cache-oreilles élégants, et on l'emploie encore pour doubler l'uniforme de l'aviateur devant voler à grande altitude. Huit fois plus chaude que celle du mouton, la laine du lapin angora ne requiert par ailleurs aucun traitement avant le filage. Il n'en est pas de même pour la laine ordinaire.

# "Pour vous, Madame..."

**L'ÉLEVAGE DU LAPIN ANGORA, À LA LAINE BLANCHE ET SOYEUSE, EST DEVENUE UNE VÉRITABLE INDUSTRIE**

par Eric J. Pulton



A sa naissance, l'angora est totalement dépourvu de fourrure, mais une douce toison commence bientôt à le recouvrir, qui croît jusque vers la huitième semaine. Le lapin est alors tondu pour la première fois, comme il le sera désormais tous les trois ou quatre mois de son existence.

Ce dépouillement périodique ne comporte rien de mystérieux. Le lapin tiré du clapier se fait peigner au moyen d'une brosse pneumatique, on trace une ligne bien nette au centre de sa fourrure, et les mèches tombent sous les coups d'une paire de long ciseaux.

Vient alors le filage. La société des Angoras d'Abercorn file la laine à la main, comme les paysans du Québec l'ont fait pendant deux siècles, avec cette différence toutefois qu'un moteur électrique moderne a remplacé l'antique pédale du rouet. La laine est ensuite expédiée en bonne partie à des moulins spécialisés dans la préparation et la teinture des filés d'angora.

Bien que l'angora soit un animal robuste, sa santé et la qualité de sa laine dépendent presque exclusivement de son alimentation. Aussi apporte-t-on un soin minutieux à sa nourriture. Les éleveurs d'Abercorn apprennent une pâtée spéciale de leur recette dans laquelle entre un ingrédient vital: du sel "Windsor" iodé. Le sel est indispensable à l'angora. Et en échange d'une alimentation judicieusement composée de verdure, de racines, de lait, de sel, de foin et d'huile de foie de morue, le prolifique mammifère fournit la plus belle laine du monde.

La propreté absolue s'impose de rigueur, car on classe la laine angora d'après sa longueur et l'absence de fils emmêlés. Un treillis métallique constitue le plancher des clapiers, afin que les immondices ne souillent pas la blanche fourrure. On n'élève que des races pures, auxquelles les éleveurs ajoutent sans cesse du "sang nouveau."

Entrepris par caprice d'amateur, l'élevage de l'angora fut transformé en industrie dès qu'on eut constaté la présence d'un marché avantageux pour la laine de belle qualité. Au lieu des quinze lapins du début, Abercorn et les environs possèdent maintenant plus de six cents sujets qui mangent avec une belle ardeur pour nous garder au chaud. On découvre d'ailleurs chaque jour de nouveaux usages pour leur laine. Grâce à ses méthodes éprouvées, à son excellente administration, cette jeune industrie domestique obtient donc un succès justement mérité. — "L'OVALE C-I-L"

# Crédit social et socialisme d'Etat



EJA, dans une brochure publiée en 1936, j'affirmais que le Crédit social pouvait conduire au socialisme d'Etat. Je n'ai pas changé d'idée. Bien au contraire. Une étude plus approfondie du système, une prise de contact plus assidue avec les principes de la monnaie et du crédit me laissent voir plus clairement les lourdes déficiences du système de Douglas ou d'Aberhart. En d'autres termes le Crédit social conduit au socialisme d'Etat.

Les Créditistes ont organisé des cercles d'études dans plusieurs villes et villages. Chaque jour, ici et là des orateurs invitent les gens de toute catégorie à se joindre au grand mouvement de redressement économique et social. Les Créditistes développent chez les peuples le goût effréné de la convoitise. On ne cesse de dénoncer les abus du capitalisme, du régime industriel, des gouvernements, puis comme remède l'on promet de jeter la monnaie à profusion grâce à un contrôle sévère et consciencieux du crédit, grâce à une adaptation plus équilibrée de la production et de la consommation. Tous les Canadiens deviennent les actionnaires d'une immense compagnie qui paiera un dividende mensuel plus ou moins opulent selon la relation qui existera entre la consommation totale et la production totale.

Je rencontre souvent des gens qui se prononcent d'une façon catégorique pour le Crédit social et toujours je leur pose la question suivante: avez-vous étudié un tant soit peu le système de Douglas et ses principes? Et invariablement la même réponse: non, nous n'avons pas le temps d'étudier tout cela, mais nous pensons que c'est le bon système parce que tout le monde aura de l'argent. C'est ainsi qu'aujourd'hui comme hier on abuse de la bonne foi du peuple.

Je connais un des principaux propagandistes qui dans un discours d'une heure et demie expose les déficiences du régime actuel et garde tout au plus dix minutes pour faire comprendre les principes fondamentaux du Crédit social. Ici, comme dans la province de l'Alberta, ce que les auditeurs retiennent c'est toujours et seulement la promesse du dividende mensuel. Comment l'auront-ils ce dividende, cela les intéresse peu.

Un ouvrier qui possède un honnête bon sens — et ce n'est pas peu dire — m'expliquait l'autre jour comment il comprenait le Crédit social. Voici. Les Créditistes veulent donner le contrôle de la monnaie à ce qu'ils appellent un Comité de contrôle de la monnaie et cette monnaie sera toujours soutenue par le crédit du pays. Ainsi valeur du pays, valeur de la monnaie, contrôle du crédit, tout sera dominé par une commission de l'Etat.

Le dividende que je recevrai me viendra de l'Etat dont je serai en complète dépendance. Mon voisin qui travaille du matin au soir reçoit son dividende, et moi qui ne fais rien je reçois de même mon dividende. Un orateur créditiste nous disait récemment — et c'est toujours notre ouvrier qui parle — que le Crédit social voulait donner de l'argent à tous ceux qui n'en avaient pas. Mais d'après la théorie du dividende, non seulement les pauvres mais aussi les riches jouiront de cette fameuse mine d'or. Il est alors aisé d'expliquer le succès des orateurs créditistes auprès des populations; et ces orateurs s'aperçoivent clairement que le terrain est facile à défricher. Mais il me semble que la notion du dividende va à l'encontre de la notion du travail et place l'individu en soumission totale vis-à-vis l'Etat.

De plus, comment les Créditistes pourront-ils réaliser une adaptation entièrement équilibrée entre la consommation et la production sans un contrôle complet de ces deux domaines, et comment posséder ce contrôle sans faire appel à la socialisation de ces mêmes domaines? Tout se ramène alors à la sphère de la statistique, sphère du socialisme et du communisme. L'Etat est appelé à tout faire et l'individu perd sa personnalité pour tomber dans une collectivité amorphe.

Les réflexions de cet ouvrier sont tout à fait justes. Les Créditistes exposent tout leur système sous un aspect mathématique. Les conséquences de leurs affirmations nous poussent à considérer le problème social comme un problème moral chiffré. En d'autres termes, les individus sont nécessairement limités par les cadres de la statistique ce qui est, je le répète, de l'essence du socialisme et du communisme.

Aussi ce n'est pas une surprise pour nous d'apprendre que M. Aberhart a donné tout son appui à M. Herdridge dont le Parti communiste de son côté accepte et propage les principes et auquel adhérera bientôt la C.-C.F. Les programmes du Crédit social, de la Nouvelle démocratie, de la C.C.F. et du communisme sont élaborés avec des mots différents, mais reposent sur les mêmes principes de la socialisation des biens. Avant longtemps, ces différents partis se donneront la main d'une façon définitive.

Mais, dira-t-on, M. Aberhart n'a-t-il pas réussi dans l'Alberta? Il est facile de répondre que dans l'Alberta le Crédit social n'a pas encore été appliqué. Ce qui a été réalisé est le fruit d'une plus grande surveillance sur les dépenses de l'Etat, et par un plus grand contrôle de l'économie albertaine.

Que les Créditistes ne nous accusent pas de faire le jeu des banques ou des financiers avec qui nous n'avons aucune relation. Nous ne voulons pas soutenir l'orga-

nisation économique actuelle. Le vol organisé en haut de l'échelle sociale a poussé à une sorte d'organisation du vol au bas de cette même échelle sociale; l'administration économique à base de comptabilité savamment truquée a dirigé la monnaie et le contrôle de la monnaie dans les mains de quelques organisations; les banques dominant de nombreuses sociétés; et plusieurs de nos gouvernants sont absolument liés par la haute finance et nous ont conduits à l'épouvantable impasse où nous nous débattons. Il faut un changement à cette économie. Mais alors? Alors, il faut en venir à une organisation qui sauvegarde les degrés de l'organisation sociale et économique. Il faut en venir à un système qui *aide à faire*. Le libéralisme économique qui nous gouverne est le système du *laissez faire*. Le Crédit social qui s'annonce est le système du *tout faire*. Ce même

Crédit social qui se présentait comme une simple réforme monétaire se lance maintenant dans la grande aventure de la politique. Ici encore nous ne sommes pas surpris car tout s'enchaîne.

Il nous faudra l'organisation professionnelle qui protégeant les intérêts de chacun des individus dans sa propre sphère donnera un gouvernement sain composé de compétences sorties de leur milieu respectif. C'est ainsi que les différentes branches de l'industrie, de l'agriculture, des professions libérales se compénétreront par une mutuelle assistance économique et sociale.

L'ordre corporatif deviendra demain une réalité par la force même des choses. Nous reviendrons sur ce point bientôt. — *Gustave SAUVE, O. M. I. dans "Le Droit"*.

## Détaxons ! Détaxons !



ES maires du Canada doivent se concerter en vue de stimuler l'industrie à travers le pays, et l'on projette de conférer à ce sujet avec les gouvernements et les manufacturiers. C'est très bien, en théorie, mais ce n'est pas nouveau. Les capitalistes — et les manufacturiers qui obtiennent d'eux les capitaux dont ils ont besoin — peuvent seulement répondre que ce n'est pas leur faute si l'industrie est stagnante. Ils aimeraient voir les affaires s'améliorer, et pouvoir payer des dividendes.

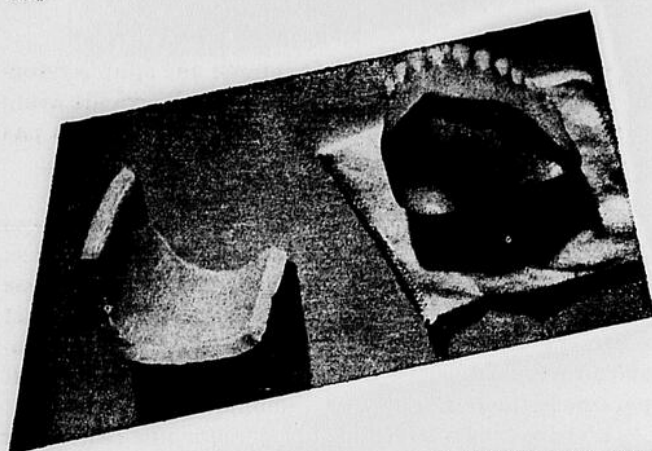
La réponse à la requête des maires est très claire. Le plus tôt ils se rendront compte que ce sont les taxes excessives qui nuisent aux affaires, le mieux ce sera pour tout le monde, et surtout pour les ouvriers sans travail. Les maires parlent avec joie des dépenses gouvernementales pour les logements, mais cela signifie plus de taxes. Ils ne parlent pas de réduire les dépenses. Ils ne font que demander de l'aide.

Le dernier, et probablement le meilleur, exemple de ce que les taxes excessives peuvent faire se trouve présentement à Québec. Avec l'ouverture de la saison du tourisme les onze salles de cinéma de la ville sont

fermées. Elles font la "grève" pour protester contre la décision de la ville de les taxer de 10 p.c. à part une taxe de 12½ p.c. qu'elles payaient jusqu'ici. Les salles sont fermées depuis plusieurs semaines et semblent devoir l'être encore quelque temps. Ce n'est pas encourageant pour le tourisme, et cela signifie aussi du chômage pour quelques centaines de personnes. Et les frais de secours vont s'accroître.

La situation de Montréal n'est pas non plus très brillante, bien que son cas ne soit pas désespéré, suivant le premier ministre. Les banques refusent avec persistance de prêter davantage à la métropole.

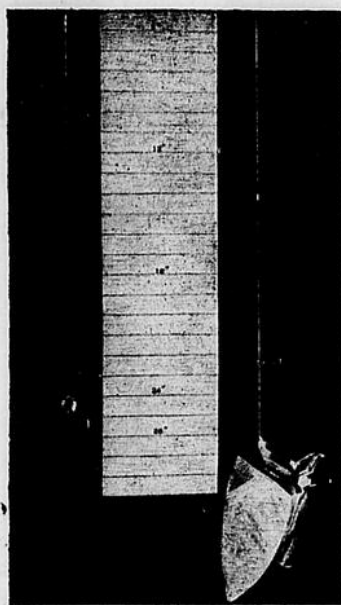
Du capital nouveau pour ouvrir les manufactures et en construire de nouvelles? Quand les visiteurs remarquent que les cinémas paient 40 p.c. de leurs recettes brutes en taxes de toutes sortes, le capital nouveau ne peut abonder. Au lieu de parler de nouvelles dépenses, les maires feraient mieux de songer à des économies. Qu'une autorité passe son fardeau à une autre autorité, cela ne règle rien. Le public paie, et avec la situation actuelle il n'est pas encourageant de risquer du capital pour contribuer à l'expansion industrielle.—*L'Association des Manufacturiers Canadiens*.



*le dernier mot*

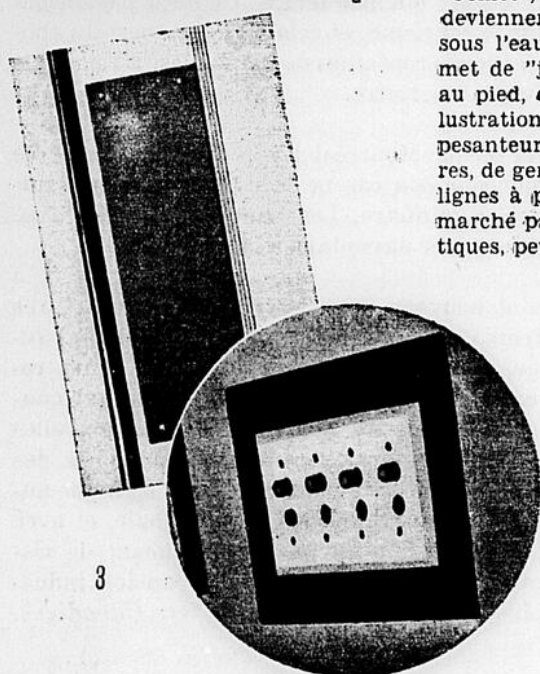
### 1. NOUVEAUX DENTIERES

Après avoir réalisé la brosse à dents tout-plastique, l'industrie chimique annonce maintenant des dentiers en plastique. La permanence de forme et de couleur est la grande caractéristique de ces nouveaux dentiers, pour lesquels on a créé le plastique "Lucitone". Contrairement aux dentiers de caoutchouc, de cellulose et de phénol, ils ne cherchent pas à reprendre une forme antérieure à l'ajustement. Le "Lucitone" n'a ni goût ni odeur.



### 2. AUX PECHEURS

Les pêcheurs peuvent maintenant se procurer des bas de lignes à pêche en nylon, un fil de plastique protéineux récemment inventé, qui sont bien supérieurs aux bas de lignes en corde de boyaux d'Espagne. Ces nouveaux bas de lignes, vendus au Canada sous la marque "Comet", ne s'effilochent pas ni ne deviennent cassants; invisibles sous l'eau, leur élasticité leur permet de "jouer" d'environ un pouce au pied, comme on le voit par l'illustration ci-dessus. Fabriqués en pesantiers et en longueurs régulières, de genre plat et rond, les bas de lignes à pêche "Comet", mis sur le marché par C-I-L, division des plastiques, peuvent être fixés à sec.



### 3. ENCORE LES PLASTIQUES

Ces détails pratiques caractérisent le foyer moderne. La plaque d'appui de cette porte de cuisine, en plastique "Pyralin" intermissible, lavable et incassable, contraste ou s'harmonise agréablement avec l'agencement de la cuisine et de la salle à manger. Une autre plaque en plastique, un acétate de cellulose nommé "Plastacele", protège la peinture ou le papier-tenture contre les traces de doigts autour des commutateurs, eux-mêmes en plastique "Plaskon". Cette plaque peut être de couleur, ou pâle et translucide, ou transparente et incolore.

### 4. MOINS DE TRAVAIL!

Les nouvelles nappes en "Damascene", aussi douces au toucher que le damas, sont blanches, vertes, jaunes, bleues, écarlates et maïs. Leurs gaies couleurs donnent un relief remarquable à la porcelaine moderne. Elles ont aussi le grand avantage de se nettoyer avec un simple linge humide et de ne pas se tacher si l'on y renverse quelque liquide, d'où économie des frais de buanderie. Les plats chauds n'y collent pas. Enfin, les grandeurs 54" x 54" et 54" x 72" conviennent on ne peut mieux à la table de cuisinette comme à la grande table du chalet, autour de laquelle l'été nous a ramenés en joyeux groupes.

"L'OVALE C-I-L"



# Le succès phénoménal des étalages sonores aux Etats-Unis

Par ALBERT BLISS, président de la Bliss Display Corporation, de New-York. (1)



PERSONNE ne contestera que le but primordial des étalages est de vendre les marchandises. La perfection qu'a atteint la science des étalages, de nos jours, est le résultat de la concurrence très vive qui existe. A mesure que cette concurrence entre marchands s'accroît, le détaillant se rend compte qu'il est nécessaire de dire quelque chose de plus pour annoncer ses produits. Il se rend compte également que pour attirer l'attention sur son produit, il doit dire au consommateur quelque chose que ne lui dit pas son concurrent. Il se rend compte encore qu'avant de capter l'attention de l'esprit, il doit capter celle des yeux. Et lorsque la concurrence se fait plus aiguë sur ce terrain, les experts étalagistes et vendeurs étudient encore de plus près le produit afin de pouvoir dramatiser, en quelque sorte, le bien qu'il est possible d'en dire.

## UN SYSTEME QUI A FAIT SES PREUVES

Il existe de nombreux systèmes destinés à favoriser la vente au détail. Ces systèmes ne valent, toutefois, qu'en autant que les goûts et les habitudes de la clientèle ne varient pas. Je crois néanmoins avoir trouvé une formule dont on peut tirer des suggestions qui pourront aider à dramatiser la présentation des marchandises. J'ai la ferme conviction que toute idée susceptible d'améliorer les étalages doit répondre aux exigences suivantes :

- 1.—Elle doit être dynamique, originale
- 2.—Elle doit être facilement comprise du public
- 3.—Elle doit comporter un élément de surprise

Il y a environ cinq ans, à New-York, les étalages en étaient rendus à "symboliser" tellement qu'ils en avaient perdu leur originalité. A la longue, cette méthode en était venue à se plier à une sorte de code, à une standardisation tellement généralisée qu'aucun magasin ne personnalisait plus ses étalages. Les fonds d'éta-

lages, leur architecture et leur décoration, de même que les divers accessoires employés, tout cela était le fruit d'une documentation commune tellement évidente que chaque magasin ressemblait au voisin de la même catégorie. Les marchandises étaient les mêmes, les prix étaient les mêmes et les fonds de scènes étaient aussi les mêmes. Ce n'est qu'exceptionnellement qu'un ou deux étalages sortaient de cette opulente médiocrité.

Mais, en général, il en résultait un certain cachet. Les descriptions de produits portaient la marque d'un réel effort en vue de dramatiser la présentation. La technique de la disposition des marchandises dans les vitrines n'en restait pas moins standardisée. Les couleurs différaient, mais l'architecture des parties mobiles restait uniforme. Aucun étalage ne présentait de surprise, de sorte que tout progrès semblait impossible.

C'est alors que quelqu'un eut l'idée de s'écarter un peu de cette routine — et cette personne fut Miss Dorothy Shaver, des magasins Lord & Taylor. Elle commença par les marchandises dont la disposition lui paraissait trop uniforme partout. Dans leur effort pour laisser une impression d'équilibre, les étalagistes donnaient à leurs vitrines un caractère trop uniforme. Miss Shaver commença par ignorer cette tactique et ses instructions aux étalagistes furent de rompre l'équilibre au lieu de s'y conformer. "Je veux, dit-elle, que nos étalages se distinguent des autres". Ses instructions furent suivies. D'étranges méthodes furent adoptées pour la disposition des marchandises. Les sweaters et autres articles furent placés ici et là sur des rampes bizarres. On suspendit du plafond de longues pièces de tissus légers auxquelles furent épinglés des chapeaux. On mit de côté les accessoires et les mannequins réglementaires et de nouveaux styles furent conçus et réalisés d'après les idées de Miss Shaver, dans le but de donner aux étalages un aspect différent.

## LE BUT D'UN ETALAGE: VENDRE

Dans les débuts les étalages parurent un peu bizarres. Mais ils atteignirent leur but qui était de causer un certain étonnement chez les passants. Ils présentaient un aspect nouveau et rafraîchissant, si je puis m'ex-

(1) Texte d'une causerie présentée devant le 28e congrès annuel de la National Retail Dry Goods Association, à l'Hôtel Pennsylvania, New-York, en janvier 1938.

primer ainsi. Incidemment, cette méthode permit à l'établissement de montrer au public un assortiment plus grand de marchandises. Il va sans dire que l'innovation fut vite critiquée, mais ces critiques incitèrent un plus grand nombre de gens à venir voir ces "horreurs" — et c'était précisément le but visé. Malgré la critique, les concurrents ne tardèrent pas à suivre l'exemple de Lord & Taylor dont le volume des ventes commençait à monter sensiblement.

S'inspirant de la même idée, un autre étalagiste y apporta un nouveau perfectionnement. Cet étalagiste aima l'idée conçue par Miss Shaver de montrer beaucoup de marchandises, mais au lieu de copier ses étalages tels quels, on utilisa pour la première fois des batteries d'étalages. D'après ce principe, une importance plus grande est donnée à l'ensemble—au "show"—qu'à la marchandise elle-même. L'idée consistait à donner au public une exhibition gratuite, une *exhibition surréaliste*. Mais ces étalages surréalistes diffèrent tellement de la mentalité moyenne qu'ils n'étaient pas sans présenter certains dangers pour la plupart des étalagistes. L'important était de faire jaser le public — et, par ce moyen, on y réussit à merveille.

En un clin d'oeil, ce système, connu sous le nom de Salvatore Dali Surrealist bank of Windows, connut une célébrité phénoménale. Les foules s'assemblèrent le soir devant les étalages — et ce à un endroit où à peine quelques piétons passaient auparavant. Une annonce parut dans les quotidiens pour inviter le public à ces exhibitions nocturnes. Des milliers de personnes se rendirent assister à ces séances gratuites et, de ce nombre, plusieurs devinrent les clients du magasin Bonwits, où l'expérience fut tentée.

Bientôt les voisins commencèrent, comme toujours, à suivre le même exemple. Les autorités durent finalement intervenir et donner ordre aux exécutants de cesser ces séances qui entravaient la circulation. Il n'en reste pas moins qu'en quatre jours le chiffre d'affaires d'un seul établissement s'était accru de 12%. Du jour au lendemain un nouveau moyen d'attirer les acheteurs fut trouvé pour remplacer les séances interdites par les autorités. Il est peut-être bon de mentionner ici que cette guerre entre étalagistes eut lieu sur la Cinquième Avenue, à New-York, car les quelques détails qui vont suivre ont marqué une page dans l'histoire de cette Avenue déjà célèbre.

### LES FAMEUX ETALAGES SONORES

Il s'agit, encore cette fois, de Miss Shaver. Alors qu'en s'affranchissant des méthodes traditionnelles, elle avait déclenché une émulation extraordinaire entre tous ses concurrents, l'évolution de ses méthodes rapportait davantage à ceux-ci. Miss Shaver ne pouvait tolérer cela, car — et j'insiste sur ce point — l'évolution s'accomplissait sous la poussée de la concurrence. Noël approchait et les gens passaient en nombre sans

## Comment se faire des amis pour réussir dans la vie

— par Dale CARNEGIE —

Version française (Edition Hachette) de :

"How to Win Friends and influence People"

dont 3,000,000 d'exemplaires furent vendus aux Etats-Unis.

Volume broché de 264 pages.

Traité pratique de cette science infiniment précieuse: cet art de rendre plaisants, harmonieux et PROFITABLES nos innombrables rapports—sociaux, commerciaux ou sentimentaux avec nos semblables.

Le comptable, l'architecte, le médecin ou l'ingénieur ne sauraient mieux s'en passer que le commerçant ou le vendeur.

Le grand but de l'éducation n'est pas le savoir mais l'action — et celui-ci est un livre d'action.

En vente à \$1.00 l'exemplaire au bureau des "Affaires", 4, rue St-Jacques, Québec. M. G.-R. Rainville, représentant provincial.

En dehors: envoi franco sur remise en argent ou mandat à l'ordre "Les Affaires" seulement.

cesse croissant sur la Cinquième. "Nous devons donner une exhibition gratuite, songea Miss Shaver, mais il faut que ce soit quelque chose de meilleur et qui diffère totalement de ce que donnent les autres à l'heure présente". Pour la première fois, on ne fit plus seulement appel aux yeux de la clientèle, mais encore à ses oreilles en ayant recours à la musique. C'est de cette conception nouvelle que sortit l'idée des "étalages à cloches".

Je ne vous parlerai pas de l'accroissement formidable des affaires que cette idée amena chez Lord & Taylor. Inutile d'ajouter que la vie des autres étalagistes de New-York et même d'ailleurs en devint misérable. Les propriétaires de magasins insistaient: "Faites comme Lord & Taylor ou surpassez-les — mais faites quelque chose".

Il fallut attendre quand même au printemps suivant pour trouver un autre étalage vraiment remarquable par son originalité: ce fut celui de Macy, avec ses "Boîtes à Musique du Printemps". Enfin, chez Macy rompaient avec la tradition. Alors que les autres étalages n'avaient guère pu durer plus d'une semaine,

ceux-ci durent être remontés à la demande générale et permirent au magasin d'abaisser tous ses records de vente dans la section des vêtements légers.

Les exhibitions ou séances gratuites de cette nature ont maintenant fait leurs preuves comme moyen d'accélérer les ventes. Nous avons eu la bonne fortune de répéter les étalages à cloches de Lord & Taylor dans 85 villes, y compris Honolulu, Porto - Rico, Halifax et Saskatoon. J'ai en mains des pages de journaux et des douzaines de lettres me disant que les ventes en furent étonnamment accrues — et remarquez bien que plusieurs magasins se contentèrent d'une vitrine unique pour exhiber ces étalages à cloches, sans y mettre un seul article. Presque tous les magasins qui eurent recours à ce procédé original l'annoncèrent dans les quotidiens, et ceci, à mon sens, comporte une leçon. Cette leçon, c'est que l'on chercha à faire de l'étalage un moyen de publicité; au lieu de ne servir qu'à appuyer et à compléter l'annonce insérée dans les quotidiens, c'est, au contraire, la publicité écrite qui, ici, sert à amener la clientèle en face des étalages.

L'automne dernier, chez Macy eurent recours à une nouvelle exhibition du même genre, appelée "Les six petits théâtres nouveaux de Macy". Une page entière d'annonce fut publiée dans les journaux pour éveiller

l'attention du public sur cette innovation. Plusieurs autres magasins font la même chose.

La conclusion qui se dégage de ce qui précède est qu'un étalage de promotion peut contribuer énormément à augmenter les ventes d'un établissement de détail. Mais il faut se garder des excès. Il est inévitable que toute idée originale sera copiée par la concurrence, ce qui lui enlèvera son originalité. Et l'on sait que lorsqu'une technique nouvelle se généralise elle perd de sa fraîcheur et ne comporte plus les éléments de surprise qui attirent le public. Si le public n'est pas attiré par les étalages, il ne les regardera pas — et s'il ne les regarde pas, il n'achètera pas.

Actuellement, dans 22 villes que j'ai visitées, l'idée d'employer le son ou la musique dans les étalages a été mise à exécution. La concurrence en est rendue au point de saturation. L'utilisation du son est encore efficace, mais seulement en certains cas — et c'est lorsque la concurrence ne s'en sert pas.

J'espère vous avoir démontré qu'il est profitable d'avoir recours à des idées originales pour donner plus de vie à vos étalages. Toutefois, avant de mettre à exécution tout plan nouveau, assurez-vous qu'il est dynamique et original; qu'il sera facilement compris du public et qu'il comporte un élément de surprise. Et, de grâce, ne commettez aucune extravagance, allez-y judicieusement. Choisissez un sujet d'actualité que comprendra facilement "votre public". N'abusez pas en cherchant à excéder les bornes de l'originalité, car alors vous tomberez dans le grotesque et vous dégoûterez votre public. Changez de sujet avant que le précédent "prenne goût de tincture"; si vous ne changez pas assez vite, votre concurrent changera avant vous. N'ayez pas peur d'être le premier à exploiter une idée nouvelle. Les plus grandes résistances aux idées nouvelles que je soumets aux détaillants en rapport avec l'étalage me viennent du marchand qui demande: "Où avez-vous déjà essayé ça?" Il se peut que l'idée date de 20 ans, mais elle sera "nouvelle" si on sait en tirer parti au moment psychologique. Le public aime les surprises et le nouveau — donnez-lui des surprises et du nouveau. Comme les magasins auxquels j'ai fait allusion tout à l'heure, vous réussirez à capter l'attention de la clientèle et à augmenter vos ventes.

FONDEE EN 1848

**La Caisse d'Économie**  
de Notre-Dame de Québec

*La seule banque d'épargne  
à Québec et Lévis.*

Prenez l'habitude de l'épargne régulière, et venez ouvrir un compte avec nous. Impossible de trouver un meilleur endroit pour vos économies.

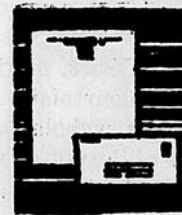
**GARANTIE de tout REPOS**

Coffrets de sûreté à louer dans les voûtes de toutes nos succursales pour la garde de vos valeurs.

*La Banque fait des prêts sur valeurs de tout repos.*

SUCCURSALES DANS TOUS  
LES QUARTIERS DE LA VILLE

Bureau-chef No 21, St-Jean



# L'étude de la vente comporte de multiples avantages



NOUS avons maintes fois répété ici que, pour former des vendeurs vraiment dignes de ce nom, l'enseignement oral ne suffisait pas. Il faut y ajouter les exemples pratiques et l'étude d'un bon manuel de vente.

Dans cet ordre d'idées, nos abonnés liront sans doute avec intérêt ce que pense de la vente l'une des personnalités les plus marquantes de l'enseignement commercial, M. H.N. Casson. M. Casson, un Canadien, depuis plusieurs années établi en Angleterre, est le directeur de l'"Efficiency Magazine", de Londres; il a plus fait, croyons-nous, pour diffuser les principes de la vente et en humaniser la technique, que tous les autres écrivains de notre temps. Ses écrits, où perce un sens aigu de l'observation et de la vérité, sont ce qu'il y a de moins doctrinaire et de plus conforme aux faits. M. Casson possède le don génial de faire comprendre par des exemples très simples et très humains les vérités les plus abstraites et les plus inattendues.

★

Qu'on en juge d'après ce court article, tiré de l'"Efficiency" :

"Quand j'ai commencé à vendre des marchandises, il y a bien des années, il n'y avait pas de livres ni de cours de vente.

"Aujourd'hui, on en compte des milliers et, en 1960, il y en aura très probablement dix fois plus.

"On compte 4,000 ouvrages consacrés à la théorie de la relativité, d'Einstein. Il devrait certainement y en avoir cinq fois autant sur l'art de vendre.

"Il n'y aura jamais de fin aux romans d'amour, aux biographies et aux livres d'aventures. Il n'y aura jamais de fin aux ouvrages sur la vente.

"Un chef de vente disait récemment:

"Le suprême honneur de l'art de vendre est qu'il traite de la matière première la plus difficile à manier: la nature humaine".

"La vente touche la nature humaine en plus de points que tout autre sujet. C'est pourquoi elle n'aura pas de fin.

"Elle traite des idées, désirs, motifs, sensations, habitudes d'achats, mode, courtoisie, confiance, joie, de toutes sortes d'éléments psychologiques.

"Ceux qui connaissent le plus l'art de vendre sont ceux qui veulent en savoir davantage. Ils apprécient sa valeur et sa portée.

"Un homme qui a vingt ans de pratique comme chef

de vente a récemment commencé un cours sur l'art de vendre.

"Les principes de la vente ont été adoptés depuis longtemps par les politiciens et les propagandistes. Ils devraient être adoptés par les instituteurs et les professeurs, dont le devoir est de vendre un désir d'éducation.

"Si les ambassadeurs et les diplomates pouvaient étudier l'art de vendre, leur mission serait beaucoup plus efficace, pour créer la bonne volonté entre les nations.

"En un mot, il n'y a pas de travail ni de haute situation quelconque où un être humain n'est pas aidé par la connaissance de l'art de vendre.

"Tous les hommes d'affaires, tous ceux qui exercent des professions libérales doivent acquérir le plus possible de connaissances et d'habileté dans la vente de leurs marchandises ou de leurs services.

"Il n'y a pas de fin à l'art de vendre".

★

On ne saurait mieux peindre les multiples applications de la vente. Nos amis les Américains ont depuis longtemps essayé de mettre en pratique dans tous les domaines quelques-uns de ces principes. Il en est résulté une compréhension meilleure de la nature humaine, un esprit de tolérance et une incontestable suprématie dans l'art de présenter leurs marchandises et leurs services pour en amorcer la vente.

De tout ceci, une conclusion se dégage: c'est que nous devrions nous appliquer chaque jour davantage à étudier l'art de la vente. C'est l'étude la plus passionnante qui soit parce qu'elle se rattache aux aspects infinis de la nature humaine, parce qu'elle enseigne à dominer par la compréhension et non par la force brutale ou la dictature.—Louis-A. BELISLE.

## ORGANISATION et PROMOTION

Le secret de l'avancement, en affaires, et dans les professions.

Conseils, services et analyses d'experts.

51 BUSINESS PROMOTION

999, rue St-Vallier, — Québec.

Téléphones 6461 et 8648

FOURRURES DE  
QUALITE



HIGH CLASS  
FURS

**J. O. NADEAU**

160, COTE D'ABRAHAM, QUE.

Bureau : 3-4245

Rés. : 4-2734

Huile et Graisse

**Kendall**

L'huile n° 2,000 milles

Accumulateurs

**U. S. L.**

Construits pour durer  
avec surplus DE FORCE

Pneus

**General**

Dual GRIP — Dual BALLOON  
JUMBO  
CAMIONS ET AUTOBUS

PRODUITS PYRENE

Chânes — Norwesco

Equipement contre  
incendie.

**CHAMPOUX et PARENT**

INCORPOREE

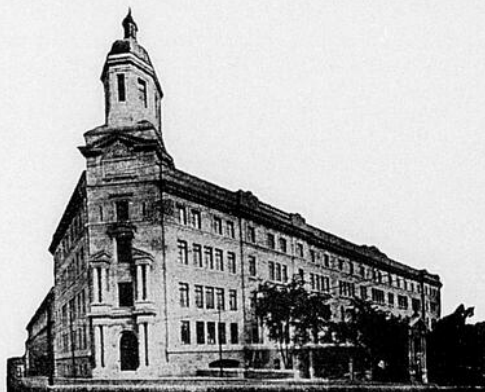
297 BOULEVARD CHAREST.

TEL.: 2-4669

**ECOLE SUPERIEURE  
DE COMMERCE  
DE QUEBEC, INC**

(affiliée à l'Université Laval)

Etudes couronnées  
par le BACCALAUREAT et  
par la LICENCE en SCIEN-  
CES COMMERCIALES.



**ACADEMIE COMMERCIALE**

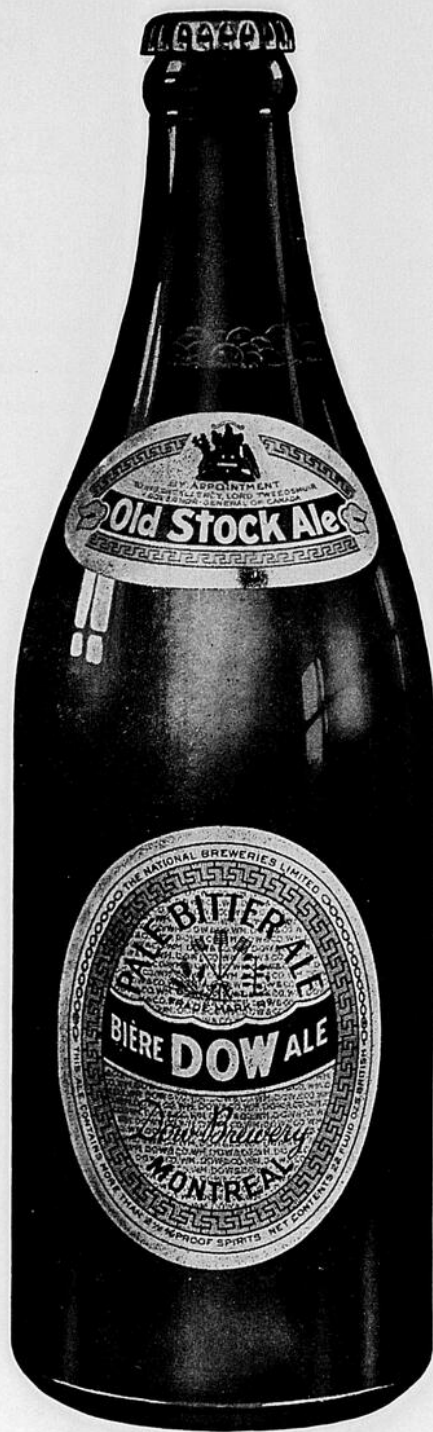
(affiliée à l'Université Laval)

Préparant directement à  
l'Ecole Supérieure de  
Commerce de Québec.

COIN COOK

et

AVENUE CHAUVEAU



*C'est Rafraîchissant*