

# LA CAMELOTE ALLEMANDE

ON EN PEUT VOIR DES SPECI-  
MENS AU WINTER PARK.

On ne saurait trop recommander aux industriels et commerçants canadiens de visiter l'exposition de spécimens de la production austro-allemande qui se tiendra toute la semaine prochaine encore, au No 155, de la rue Drummond. Ils y trouveront, semble-t-il, leur profit.

Il ne faudrait pas, toutefois, s'exagérer l'importance de cet événement. Il convient d'admettre que la seule vue d'un modèle est un stimulant d'une puissance relative, comportant des données plutôt vagues sur le choix des matières premières et les procédés de fabrication. Aussi, le ministère britannique du Commerce n'entend sûrement pas tirer de cet exhibition des résultats définitifs. Il cherche manifestement à répandre un peu partout, dans l'empire, la volonté de faire quelque chose pour enlever à l'ennemi ses débouchés, tout au moins en partie. Il paraît résolu à mettre tout en oeuvre pour y arriver. D'accord, peut-être, avec un économiste français, M. Schelle, qui a dit : " Il n'y a pas de camelote ou d'objet soigné ; il y a des besoins, des objets offerts et des prix. Ce sont là des vérités conformes aux principes économiques. En aucun pays, on ne voit les producteurs livrer aux consommateurs des objets d'une valeur supérieure au prix payé. Dans tous les pays, les produits à bon marché sont de valeur et, partant, de qualité inférieure aux produits chers. . . " Les autorités gouvernementales britanniques auront voulu mettre sous les yeux de leurs ressortissants quelques-uns des produits, souvent de qualité inférieure, qui ont si fréquemment chassé de la presque totalité des marchés du monde des articles d'une fabrication plus soignée.

Et ce fait met en lumière l'efficacité des méthodes commerciales allemandes qui se préoccupaient tout d'abord d'approprier les produits des fabriques teutonnes aux goûts, tempérament et coutumes des diverses clientèles recherchées, tandis que les fabricants des autres pays cherchaient à redresser les tendances de leurs chaland, en leur imposant leurs marchandises telles quelles, et se fermaient ainsi des portes ouvertes parfois au prix de grands sacrifices.

Dans tous les pays de l'Entente, aujourd'hui, malgré les affres d'une guerre sans pareille et les haines qui en dérivent, on analyse la manière allemande de commercer et l'on cherche à l'imiter, à la copier, en l'épurant, bien entendu, de ce qu'on y voit de malhonnête. On loue la multiplicité des représentants du commerce boche à l'étranger, leur habileté, leur ténacité, la peine qu'ils se donnent pour enlever une commande et la patience avec laquelle ils savent attendre le fruit de leur labeur, et on cite ces vendeurs en exemple.

Loin de nous la pensée de blâmer semblables manoeuvres ; elles sont de savante stratégie, et l'exposition qui se tient présentement rue Drummond est une manifestation tangible du travail qui s'opère dans les pays britanniques pour la conquête de nouveaux marchés. Le mécanisme mis en oeuvre au Winter Club Hog, témoigne de l'esprit pratique qui anime l'entreprise. On tient d'abord note de la firme que vous représentez et, à votre sortie, on vous demande d'indiquer ceux des produits étalés qui, selon vous, pourraient devenir une marchandise canadienne ou un article d'importation.

Car, nous ne l'avons pas encore dit, cette exhibition, d'un caractère très spécial, n'est pas ouverte au grand public, qui ne s'y intéresserait pas du tout d'ailleurs, mais à des spécialistes, agents, manufacturiers et commerçants. Des pancartes disséminées çà et là invitent les visiteurs, futurs exportateurs possibles, à se renseigner plus amplement en faisant appel à "The Commercial Intelligence Trade", ministère du Commerce, à Ottawa.

Des objets nombreux et variés, — 8.000 échantillons austro-allemands, dit-on, recueillis un peu partout, — sont rangés sur des tables, s'offrant à la curiosité des spectateurs, lesquels se font relativement nombreux.

Nos lecteurs n'attendent pas de nous une énumération, même incomplète, des objets exposés. Nous nous bornerons à mentionner quelques-unes des principales industries qui sont représentées dans cette exposition d'articles le plus souvent insignifiants, en soi. Jetons-les en vrac, "sans les mettre en bouquet" : Bonneterie, dentelle, rideaux et tentures ; lingerie, machines à broder, ganterie, appareils électriques, ferronnerie, serrurerie, bibeloterie, vaisselle, verrerie, quincaillerie, lingerie, vêtements confectionnés, sous-vêtements, jouets, quelques instruments aratoires, conserves alimentaires, parfumerie, cuirs et chaussures, literie, accordéons, textiles dérivés du jute, imagerie de qualité inférieure, — est-il besoin de le dire, — couvertures, plaids, tissus et lainages de toute sorte. Les loailleurs y trouveront aussi de la "camelote".

Comme le *Devoir* l'a déjà annoncé, Toronto et Montréal sont les seules villes canadiennes favorisées de cette exposition.