

LOTÉRIE OU PLACEMENT

Il existe parmi les annonceurs deux catégories bien distinctes, dans l'une rentrent ceux qui croient que l'annonce est une simple spéculation, dans l'autre figurent ceux qui considèrent la publicité comme un placement avantageux. Tous deux ont raison à leur point de vue. Leur divergence provient des divers moyens de publicité qu'ils emploient. Il est des marchands qui annoncent comme ils mettraient à la loterie ; c'est un billet de chance qu'ils croient acheter et si la fortune tourne sa roue de leur côté, ils gagneront le gros lot. D'autres, au contraire, mettent de l'argent dans la publicité comme ils en placeraient dans la propriété, dans les valeurs des mines ou dans des débentures de gouvernements, de municipalités ou de chemins de fer. Ils ont la ferme croyance qu'ils peuvent réaliser de bons profits s'ils font avec jugement leur publicité au moyen d'annonces bien préparées et bien raisonnées. Ces derniers, manquent bien rarement leur but, si toutefois ils le manquent.

Les premiers ont raison de compter plutôt sur la chance, car ils ne font rien ou presque rien pour que la publicité à laquelle ils se livrent leur rapporte autant que leur rapporterait un bon placement.

Celui qui fait un placement choisit une propriété de rapport, une valeur de mines en exploitation qui donne de bons dividendes, des débentures qui n'ont pas atteint les cours auxquels elles peuvent facilement atteindre dans un avenir plus ou moins rapproché.

De même, dans la publicité il faut choisir l'organe qui atteint la clientèle à laquelle s'adresse l'annonceur et s'il apporte à la rédaction de ses annonces l'attention, le soin qu'on doit mettre à tout ce que l'on fait,

la publicité sera un véritable placement à gros intérêts et non plus une loterie à laquelle on perd plus souvent qu'on ne gagne.

LA BANQUE NATIONALE

Nous publions d'autre part le compte-rendu de la quarantième assemblée générale annuelle de cette banque.

Les résultats de l'exercice terminé le 30 avril dernier, sont des plus satisfaisants, non pas seulement par les profits qui apparaissent au bilan, mais aussi et surtout par l'indication que nous y trouvons de la confiance que la Banque Nationale inspire à sa clientèle de déposants et d'emprunteurs.

On se souvient qu'au mois de juillet dernier, la confiance du public, ébranlée par les scandales de la banque Ville-Marie, menaçait de faire défaut à des institutions qui n'avaient nullement démerité. Les déposants pris de peur retiraient leur argent des banques pour le placer souvent plus mal, quand ils ne se lançaient pas dans les spéculations de bourse, où ils n'entendent rien, avec le fruit de leurs économies. Un moment, la panique a été sérieuse et il était à craindre que les traces de la crise ne se fissent longtemps sentir au détriment d'institutions cependant prospères et bien conduites au strict point de vue des affaires.

Nous sommes heureux de constater que le sentiment public se soit heureusement modifié et qu'il soit revenu à une plus saine appréciation des faits. Nous en avons la preuve aujourd'hui dans le rapport de la Banque Nationale.

Cette banque montre un chiffre de dépôts de près de 300,000 plus élevé qu'au bilan précédent. Loin donc d'avoir perdu, elle a gagné dans la confiance des déposants.