

nement une grande valeur comme détails ; mais ceux qui aujourd'hui commandent, par la haute position acquise, l'admiration du monde des affaires n'ont point conquis leur position avec ces éléments seuls.

Pour mieux établir ce fait, nous allons nous mettre en imagination, à la place d'un de ces favoris du succès.

Supposons maintenant que nous ayons besoin d'un bon commis et que "John Smith" demande cet emploi.

Si John Smith peut prouver qu'il est prudent, persévérant, honnête et ainsi de suite, et qu'il est en état de remplir les devoirs de l'emploi, il obtiendra sans doute la position. Mais figurons-nous, maintenant qu'il nous faille un associé actif qui puisse prendre sa part de responsabilité dans nos vastes et importantes entreprises ; est-ce un homme du calibre de John Smith que nous choisirons ?

D'après l'opinion populaire, ce serait pourtant bien l'homme qu'il nous faudrait, mais, en y réfléchissant un peu, nous verrons que c'est le contraire qui arrive dans le haut commerce. Le fait même que John Smith se rend précieux par son attention aux détails, démontre qu'il n'est pas l'homme à choisir pour une position plus élevée.

Cette proposition paraît en désaccord avec la fameuse légende du petit messager qui, ayant commencé par faire fidèlement les courses d'une maison de banque et ayant résisté à la tentation de voler a été graduellement élevé à la position de président de cette grande institution.

Quelques présidents de banques et de compagnies de chemins de fer, quelques propriétaires de maisons de commerce d'importance nationale, et quelques grands manufacturiers ont été, les uns et les autres, dans leurs enfance, pauvres et inconnus, fidèle à remplir les petits devoirs ennuyeux de leur tâche journalière ; mais ce n'est pas cette fidélité à remplir ces devoirs qui a été la principale cause de leur réussite. La véritable cause de leur avancement, c'est que, comprenant les motifs qui sont la base de tout succès, ils ont su, lorsque l'occasion l'a exigé, laisser à des subordonnés les détails ennuyeux mais nécessaires de la routine des affaires.

De fait, un des principaux éléments de leur succès c'est qu'ils ont su choisir des employés d'une capacité secondaire qui voient fidèlement aux détails, ce qui les a préservés de la concurrence domestique. Les détails sont les raies de la roue, qui supportent tout le poids ; mais l'intelligence supérieure du chef est la bande qui les unit en un seul groupe et les fait rouler vers le succès. A de rares exceptions près, les hommes du jour les plus heureux en affaires ont commencé la vie dans une profession toute différente de celle qu'ils exercent aujourd'hui. Ils ont compris quels étaient les éléments du succès et ils ont mis leur intelligence au service

de l'occasion qui se présentait et sont arrivés rapidement au but.

Le fait qu'un président illustre des Etats-Unis a commencé la vie à conduire des chevaux sur un chemin de hâlage, n'est pas une preuve que tous les conducteurs d'attelages le long des canaux peuvent aspirer à la présidence ; ce n'est qu'un exemple de ce à quoi peut arriver, dans une profession quelconque, un homme qui sait faire la différence entre les facteurs du succès. Un tel homme, pourvu qu'il ait la santé, ne peut pas plus manquer de réussir que l'eau ne peut résister à la force de gravitation, qui est un des "facteurs" de la nature.

Un tel homme peut passer d'un genre d'affaires à un autre, quand il le voudra, et, même s'il ignore personnellement une partie des détails du genre d'affaires qu'il entreprend, il conduira son entreprise au succès.

L'instinct du succès est très développé chez les hommes de cette trempe ; ils savent voir et apprécier à sa juste valeur ainsi qu'à sa valeur relative, une occasion ou un danger dont la plupart des gens ne soupçonneront même pas la prochaine apparition.

Nous rencontrons à chaque pas des gens qui ont très bien réussi dans de petites entreprises et ne savent plus comment aller plus loin, et leur ignorance des véritables facteurs du succès leur fait croire que c'est la "chance" qui permet à leur voisin de les dépasser, et, agissant d'après cette croyance erronée, ils se lancent, tête baissée, dans la spéculation et y perdent invariablement, le peu qu'ils avaient gagné jusque là.

D'autres atteignent à un certain degré de succès et, voyant qu'ils ne peuvent aller plus loin, s'imaginent que l'occasion les attend dans une autre direction ; et laissant là la position acquise, modeste mais sûre, se lancent dans un autre genre d'affaires. Avec de la prudence de la persévérance et de l'honnêteté, ils réussissent encore là à conquérir avec certaine mesure de succès, pour se trouver une fois de plus arrêtés à un pont qu'ils ne peuvent dépasser. Ceux là ont tout simplement atteint la limite de leur capacité.

Celui qui comprend et sait mettre en œuvre les facteurs du succès, réussit dans n'importe qu'elle carrière, ou, s'il ne peut arriver aux succès désirés dans la première, il est en mesure de tirer un meilleur parti de ses facultés dans une autre, où le champ est plus vaste et où les premières places ne sont jamais encombrées.

En résumé l'homme qui s'applique aux détails du succès, peut atteindre une certaine mesure de réussite, cette mesure est en proportion du mérite de ses efforts, tandis que le succès éclatant et complet arrive à l'homme qui a la puissance intellectuelle nécessaire pour grouper les facteurs de la réussite et qui sait confier l'exécution des détails à un autre homme.

Si par conséquent, vous ne tenez pas à être l'"autre homme" étudiez les causes plutôt que les résultats du succès en affaires.

(Business)

## Association Immobilière de Montréal

(PROSPECTUS.)

Cette association a été fondée, à une assemblée de propriétaires fonciers de Montréal, tenue dans la salle de la Chambre de Commerce du District de Montréal, le 3 Décembre 1891.

La constitution et les règlements, dont la rédaction fut confiée à MM. l'échevin Stephens, E. L. DeBellefeuille, A. Lévêque, Joël Leduc et Gustave Lamothe, furent adoptés à une seconde assemblée tenue le 15 Décembre 1891. A cette assemblée, on nomma aussi des officiers et un bureau de direction provisoires : l'hon. M. J. G. Laviolette, Conseiller Législatif, président ; MM. Robert Reid et Joël Leduc, vice-présidents, M. A. Lévêque, trésorier, et MM. Charles Forté, Gustave Lamothe, Dr. L. B. Durocher, Jos. Paquette, E. L. DeBellefeuille, L. J. Hérard, B. Frigon, A. Rodier et J. M. Papineau, directeurs.

Le 22 Décembre, le bureau de Direction choisissait pour secrétaire M. J. Monier, du *Prix Courant*.

Conformément au désir de la constitution, l'élection régulière annuelle des officiers de l'association a eu lieu le 1er février 1892, et les Messieurs dont les noms sont mentionnés sur une autre page, furent choisis comme tels.

Le but de l'association se résume dans le programme suivant adopté à la première assemblée d'organisation :

- 1o Etude de la charte de Montréal en ce qui concerne surtout les droits et les intérêts des propriétaires ;
- 2o Etude de la loi concernant les expropriations ;
- 3o Fixation du montant des emprunts et manière de les autoriser ;
- 4o Représentation spéciale des propriétaires au Conseil-de-Ville ;
- 5o Taxe de l'eau ;
- 6o Exemptions de saisie pour non paiement de loyer ;
- 7o Octrois pour améliorations publiques à être votés pour les francs-tenanciers seuls ;
- 8o Changements à apporter à la comptabilité de la ville ;
- 9o Exemptions de taxes sur le capital et la propriété.

10o Surveiller la législation qui, à l'avenir, pourra être tentée contre ce que l'association croira être les intérêts de la propriété à Montréal, et s'efforcer de faire amender les lois déjà existantes qui nuisent aux intérêts de cette même propriété.

Dans les quelques assemblées qu'elle a eues, l'association s'est déjà occupée d'une partie considérable de ce programme. Ainsi, elle a discuté un projet de loi sur les expropriations ; un projet de réduction du nombre des conseillers de ville de manière à parvenir ensuite à donner aux propriétaires une proportion convenable de représen-

tants ; elle a adressé à ce sujet au conseil de ville une requête qui a été déferée au comité des amendements à la charte ; et elle a fait des démarches pour obtenir le texte des amendements à la charte qui doivent être demandés à la législature, afin de les discuter, et, au besoin, de s'opposer à Québec, au nom des propriétaires, aux amendements qui leur seraient préjudiciables.

L'association est appelée à réunir, à concentrer et, par conséquent, à décupler l'effet des efforts faits jusqu'ici isolément par les propriétaires, pour sauvegarder leurs intérêts. Elle est ouverte à tous les propriétaires de Montréal et devra, d'ici à quelques mois, en compter au moins la majorité parmi ses membres.

La souscription est une bagatelle : \$2.00 par année.

Les propriétaires qui désireraient se faire admettre pourront s'adresser à un des membres ou au secrétaire, aux bureaux du PRIX COURANT.

## BLUFF

Ce terme "bluff", emprunté au dictionnaire des joueurs de cartes, est si souvent employé dans la conversation, même en français, dans le sens d'une imposition par un audacieux mensonge, et il exprime pour nos lecteurs si clairement notre idée qu'on nous pardonnera de donner un titre anglais à notre article.

En dehors du jeu de carte, le bluff est souvent pratiqué, dans le commerce et ceux à qui il s'adresse sont souvent très embarrassés de s'en défendre. Il n'est peut être pas d'occasion où on emploie plus fréquemment que dans les rapports entre commis-voyageur et marchand de la campagne.

Et on le joue des deux côtés. Voici une des façons dont on s'en sert, avec le marchand de campagne pour objectif. Deux voyageurs représentent chacun une maison différente mais dans la même ligne, se sont rencontrés quelquefois sur certains points et ont pu se convaincre qu'ils avaient à peu près la même route. Le voyageur a généralement l'esprit très éveillé ; il est bon observateur, comprend à demi-mot et sait ce que parler veut dire. L'un, donc, de nos voyageurs se trouve une saison en avance de quelques jours sur son concurrent et il se dit qu'il doit en profiter pour lui enlever, si possible, quelques-uns de ses clients :

Ce voyageur, que nous appellerons le voyageur No. 1, sait, à peu près, quels sont les clients habituels de son concurrent. Il a pu le constater par la non réussite de ses tentatives de persuasion chez ces marchands et il en a pris note dans sa mémoire. Or, dans ce voyage, il commence par visiter les clients de son concurrent. Il est reçu, comme d'ordinaire, poliment, mais froidement. Il insiste cependant et, avant de partir, laisse tomber, négligemment, l'information que tel article (généralement un article de vente courante) a subi une forte