

dans le passé par la législature de Washington, au sujet de cette question de réciprocité avec le Canada.

Nous avons parlé des milliers de fermiers Américains qui ont vendu leurs fermes pour traverser la frontière et exploiter les champs de blé riches et vierges de l'Ouest Canadien; nous avons fourni beaucoup d'autres preuves évidentes de la croissance du Dominion et de l'expansion du marché situé à nos portes, marché que nous négligeons avec persistance.

Il peut être utile maintenant de remarquer le récent progrès du Canada et d'observer les nombreux faits qui indiquent que ce progrès continuera en procédant par sauts et par bonds. Des rapports concis parus dans la presse quotidienne ont parlé des chemins de fer maintenant en voie de construction dans l'ouest du Dominion. Au Manitoba et dans les nouvelles provinces de Saskatchewan et d'Alberta, la construction des chemins de fer est poussée avec une rapidité sans précédent, même dans les annales remarquables de la construction des voies ferrées de l'Amérique. Ces routes ouvrent un territoire énorme, où le blé peut être produit en immenses quantités.

En outre, des travaux d'irrigation, décrits comme les plus vastes qui aient jamais été entrepris sur ce continent, sont en voie d'exécution dans le sud de l'Alberta. Cinq millions de dollars sont dépensés dans cette entreprise qui est destinée à irriguer 3,000,000 d'acres de terrain.

Le grain n'est pas la seule production qui augmentera énormément au Canada; ce pays a entrepris avec succès la culture de la betterave à sucre et, l'année dernière, une sucrerie de l'ouest a produit 3,000,000 de livres de sucre granulé le plus fin.

Le blé récolté ne sera pas expédié en totalité vers l'est dans son état naturel, car des meuneries sont déjà établies dans la partie nord de la vallée du Saskatchewan. L'élevage des bestiaux prendra aussi de l'extension. L'année dernière, 4,000,000 d'acres, dans les provinces de l'ouest, ont donné plus de 90,000,000 de boisseaux de blé; cependant, cette même région possède plus de 170,000,000 d'acres de terre fertile, qui n'a pas encore été touchée par le soc de la charrue.

Beaucoup de personnes seront surprises que le grain puisse pousser en si vastes quantités à des latitudes si élevées; mais cette partie du Canada peut produire non seulement le blé de printemps, mais aussi le blé d'hiver, avec un rendement énorme par acre. Il n'est pas rare de voir un rendement de quarante boisseaux par acre, tandis que, dans certaines sections, on a obtenu jusqu'à 66 boisseaux de blé par acre.

On peut voir facilement quelles splendides opportunités sont offertes à l'immigration par ce territoire et quel énorme marché sera ouvert quand le pays sera colonisé même partiellement. Il n'est pas douteux que les Canadiens feront tous leurs efforts pour s'emparer de ce commerce. Ils augmenteront leurs manufactures et accroîtront d'autre manière leurs facilités de production.

Néanmoins, il n'y a pas de raison pour que les producteurs Américains n'obtiennent pas une grande partie de ce commerce, abstraction faite des obstacles offerts par le tarif.

Les indiennes Américaines sont préférées au Canada, à cause de la nouveauté de leurs dessins, les vêtements Américains sont préférés pour l'excellence de leur coupe et de leur genre, les rubans Américains pour leur qualité intrinsèque et les chapeaux Américains, parce qu'ils conviennent mieux que les chapeaux français aux idées de la femme Canadienne. Dans beaucoup d'autres lignes, surtout les chaussures, la verrerie, etc., les Canadiens seraient heureux d'acheter nos produits s'ils n'en étaient détournés par les prix élevés, résultant des droits existant.

Depuis longtemps nous désirons que les Américains se rendent compte des avantages que leur offre le marché Canadien, et nous appuyons sur cette question uniquement à cause de l'expansion rapide et surprenante que ce marché a prise et dont il continuera évidemment à faire preuve.

LA BONNE REDACTION DES ANNONCES

Une bonne rédaction est à l'annonce ce que le courant électrique est à un fil métallique inerte. Elle lui donne de la vitalité, elle fait vibrer les arguments qui mettent de la vie et de la force dans les faits cités à propos des ventes, de même qu'un fil traversé par un courant électrique transmet la force motrice à une machine insensible, dit *British Advertiser*.

Mais qu'est-ce qu'une annonce bien rédigée—une annonce qui frappe, persuade, convainc et fait faire des ventes—une annonce qui remue hommes et marchandises, qui attire l'argent et la clientèle?

Il y a presque autant de genres d'annonces qu'il y a d'annonceurs, autant d'idées sur la rédaction que de rédacteurs d'annonces.

La publicité qui produit des résultats est celle qui va droit au cœur, qui vous empoigne à cause de sa réalité et de son aptitude à vous faire dire involontairement "c'est moi."

Eh! bien ces qualités de simplicité et de sympathie ne se rencontrent pas dans toute la publicité, ni dans la plus grande partie de la publicité, ni même dans une grande proportion des annonces.

La publicité comprend peut-être autant de styles qu'on en voit dans les cravates.

Ces styles peuvent contenir de l'air de fantaisie, des phrases bien tournées, une excentricité élaborée ou une logique tirée de loin.

La plupart du temps, on remarque dans les annonces des efforts désespérés pour atteindre à l'originalité, et ces annonces semblent, au premier abord, rédigées très adroitement.

Mais hélas! il y a autant de vie en elles que dans une momie égyptienne.

Il faut de la vie à une annonce, comme il faut du sang rouge au corps humain.

L'annonceur vise la majorité du public. Il doit l'atteindre en copiant la vie humaine. C'est simplement une affaire de sympathie humaine; et cette sympathie donne la victoire.

Il est possible de produire cette sorte de publicité, comme il est possible de faire des chants, des tableaux ou des romans.

La bonne compréhension du sujet, un jugement sain en affaires, une phraséologie naturelle, la faculté de traduire la pensée en écriture, le don de parler simplement et un sens très développé de la sympathie: voilà les outils pour construire des annonces qui brilleront par le sentiment, qui répondront à quelque chose, qui convaincront en frappant la ligne de moindre résistance.

Outils, il faut le dire, dont les annonceurs ne sont pas encombrés.

Tout département de publicité devrait choisir des rédacteurs d'annonces qui puissent communiquer à leur rédaction ce sentiment qui va au cœur humain, qui fassent une annonce pleine de vie, une annonce qui d'abord fasse réfléchir le lecteur, qui s'expliquent en termes sympathiques et d'une manière parfaitement compréhensible, avec ce qu'un auteur moderne a appelé une "poignée de mains à des milles de distance."

Chacun sait que pour faire connaître une chose, il faut en parler. Pour qu'un article devienne populaire, ses qualités doivent être l'objet d'une annonce publique. Voilà de la publicité. Donc si la théorie "que le meilleur"