

bêtes pacifiques qui, sur la cîme de la colline, labourent sous le ciel rouge du soir . . . Pitié pour tous les malheurs, pour toutes les souffrances, pour les jours de mort, pour les jours mauvais où les fumées passent dans le ciel comme des pensées tragiques, où le vent crie et menace dans les éteules et dans les bois ; pitié pour vos pleurs, pitié pour vos résignations, pitié pour votre pauvre visage rond et ridé, pour cette larme sur votre peau hâlée, vieille paysanne ; pitié sur les chaumières, sur les roseaux froids ou se cache la sarcelle, sur le foyer de la veuve, sur les bois mouillés, sur toute la pauvre vie qui palpite éparse dans la campagne et qui se tapit, frileuse et miséreuse, à toutes les anfractuosités de la vie ! . . . Pitié profonde et immense pour tous ceux qui sont morts, qui ont fait cette terre, qui l'ont parée, qui l'ont aimée, qui t'ont fait épanouir, nature ! que tu portes en ton sein ; pour ces ossements roux que ramène le fossoyeur quand il creuse une tombe nouvelle et qui sont tout ce qui reste de tant de travail et de tant de misère !

Vous souvenez-vous? — Beaucoup d'entre vous se souviennent encore de la Pearline qui se vendait dans toutes les épiceries du pays. La marque était bien connue. Les dépenses de publicité de cette compagnie étaient d'environ un demi-million de dollars par année et ses profits nets, pendant un certain nombre d'années, furent d'à peu près un autre demi-

million de dollars. Ces profits continuèrent d'être réalisés même après la mort du manufacturier, M. Pyle, sous la direction de ses fils, mais ceux-ci moururent et les affaires passèrent entre les mains de quelques procureurs. La Pearline, à cette époque, était devenue une nécessité domestique. L'un des avocats en conclut qu'il serait tout aussi facile de réaliser un million de profit par année que \$500,000 et que tout ce qu'il y avait à faire pour cela était d'économiser sur la publicité. Le million ne fut jamais fait. En trois ans la compagnie Pyle fut vendue à Proctor & Gamble pour presque rien.

Qui paie pour l'annonce? — Celui qui paye le compte d'annonce c'est celui qui n'annonce pas. Il paye aussi sûrement que s'il allait prendre l'argent dans sa caisse. La seule différence c'est que les dollars des consommateurs, au lieu d'entrer dans son tiroir-caisse, passent tout droit et s'en vont dans le tiroir de l'annonceur. Il paye les annonces de ses concurrents sans en bénéficier.

De nombreux ennemis de la publicité se sont souvent demandé qui payait les gros comptes de publicité de leurs compétiteurs, sans réaliser que c'était eux-mêmes.

Pourquoi ne pas cesser de payer les comptes de vos concurrents et commencer à faire payer vos annonces par quelqu'autre marchand par les pertes qu'il subira comme conséquence de la publicité que vous ferez ?

— Lui (sur un ton sentimental) — Comment vivrai-je sans vous ?

— Elle : Plus économiquement.



PAYSAGE ET SCÈNE DU TERROIR. — Un côté du parterre de l'entrée principale à l'orphelinat agricole, Vauvert, Lac St-Jean.