

dra sera à la hauteur du mal qu'elle aura produit et des dépenses qu'elle aura occasionnées.

Les Compagnies qui ont été mises sur la sellette sont toutes en mesure de payer leurs obligations envers les assurés au fur et à mesure qu'elles se produiront, c'est-à-dire à maturité. Ces Compagnies ont un surplus considérable en dehors de la réserve légale qu'elles doivent constituer pour la garantie de leurs assurés. Elles feront donc honneur à leurs engagements et les assurés n'ont rien à craindre pour l'avenir.

Nous l'avons déjà dit même et nous croyons devoir le répéter. Plusieurs de nos abonnés nous ont écrit pour nous demander s'ils devaient continuer à payer leurs primes, si leurs polices d'assurance, couraient quelque risque, etc.

Dans toutes ces demandes il s'agissait de l'une ou de l'autre des compagnies dont les opérations ont été examinées par la commission d'enquête.

Ceux-là sont sages qui se renseignent avant d'agir; mais nombreux ont pu être ceux qui n'ayant lu qu'une partie des témoignages, ont pris le parti d'abandonner le paiement de leurs primes, laissant ainsi sans protection ceux qu'auparavant ils avaient pris le souci de prémunir contre les effets de leur disparition.

Voilà le mauvais côté d'une enquête menée à grand bruit. Malgré les rumeurs d'une enquête semblable à tenir au Canada, nous espérons encore que le gouvernement saura trouver d'autres moyens de s'assurer de la solvabilité et de la bonne administration des compagnies d'assurance qui opèrent au Canada.

Il ne faut pas détruire mais encourager le principe et les actes de prévoyance.

POURQUOI UN COMMERÇANT N'A PAS REUSSI

Il n'a pas su faire de la publicité.

Il ne s'est pas tenu à la hauteur du progrès.

Il a essayé de tout faire par lui-même.

Il a essayé de faire des économies sur le salaire des employés.

On ne pouvait se fier à sa parole.

Il considérait la méthode comme une chose absolument inutile.

Il a entravé les progrès de sa maison par des économies de bouts de chandelle.

Il n'a pas eu l'habileté de faire que d'autres se multiplient à sa place.

Il n'a pas pensé qu'il valait la peine de s'occuper des petites choses.

Il a ruiné sa capacité pour les choses importantes en s'enfonçant personnellement dans les détails.

Il n'a jamais appris que c'est une politique libérale qui amène la réussite en affaires.

Ses premiers succès l'ont rendu trop confiant, et il s'en est enorgueilli.

Ses marchandises n'étaient pas exactement ce qu'il fallait, et étaient toujours arriérées.

Il pensait qu'il pouvait économiser l'argent que ses rivaux dépensaient en publicité.

Il pensait qu'il était ridicule de payer aux acheteurs des salaires aussi élevés que ceux que payaient ses concurrents; mais ceux-ci lui ont pris sa clientèle.

Il n'appréciait pas la valeur d'un acheteur de bon goût

et croyait que ce qu'il épargnait sur son salaire était un gain clair.

Il dépréciait toujours son commerce. Avec lui, les temps étaient durs et l'argent rare; les affaires allaient cahin-caha.

C'était un pessimiste, qui communiquait ses pensées contagieuses à ses employés, rendant déprimante l'atmosphère de son établissement.

Il plaçait à la tête de départements ou à des postes de responsabilité des hommes qui manquaient d'initiative ou des qualités nécessaires pour exercer un commandement.

Il pouvait faire des plans, mais ne pouvait les faire exécuter; il ne connaissait pas assez bien la nature humaine pour s'entourer de lieutenants capables.

Il ne pensait pas qu'il valait la peine de comparer ses affaires à celles de ses compétiteurs plus prospères, ou d'étudier leurs méthodes.

Il n'achetait pas en vue des besoins de ses clients; il achetait les marchandises qu'il préférait lui-même ou qui, dans son idée, devaient lui rapporter les plus gros profits. (Success).

LA VENTE DES LAISSÉS POUR COMPTE

Il n'est pas douteux que beaucoup d'acheteurs achètent des marchandises sans savoir exactement à quoi elles sont destinées. Ceci semble extraordinaire à dire, mais c'est la vérité.

De tels hommes, s'ils réussissent dans leurs affaires, y arrivent par une activité extraordinaire et en dépit des obstacles qu'ils rencontrent.

Mais les femmes, en règle générale, achètent un objet dans un but déterminé. L'article acheté peut ne pas être un objet d'art, mais un article d'utilité et, sous ce rapport, l'homme qui peut leur donner des idées au sujet des tissus, peut réussir à stimuler leurs ventes d'une manière considérable.

Quand, en général, une femme entre dans un magasin de meubles, dit un de nos confrères, son esprit est vaguement ouvert à des suggestions concernant les rideaux, les dessus de meubles, les garnitures de lits, les dessus de tables; ses idées ne sont pas concentrées sur un quelconque des accessoires de peu d'importance, et le gérant du département dirige rarement ses idées vers de tels articles. Allez dans une douzaine de magasins à rayons, et vous trouverez, qu'à un moment quelconque du mois, des laissés pour compte, des coupons sont empilés sur un comptoir et que l'on considère comme bien suffisant d'attirer l'attention des acheteurs sur cette collection par une pancarte sur laquelle sont écrits les mots: "Laisés pour compte, tout à 5c la verge." Eh bien! si ces laissés pour compte étaient assortis suivant les usages auxquels ils sont destinés, on pourrait en obtenir de meilleurs prix et on les vendrait plus rapidement. On doit donner quelques idées au sujet de leur valeur utilitaire.

Les manufacturiers qui complètent une ligne d'articles donnent un résultat qui parle pour lui-même; mais une simple masse de laissés pour compte dit très peu à la femme dont l'esprit n'est pas pratique, ni technique. Dans chaque maison, il y a des ameublements incomplets; il y a des coussins qui ont besoin d'une couverture, il y a des meubles qui ont besoin de petits dessus pour protéger le bois contre les égratignures que peuvent lui faire les ob-