

aujourd'hui des taux d'assurance beaucoup plus élevés que partout ailleurs.

Le Board of Trade s'est bientôt rendu compte que les compagnies d'assurance ne baisseraient pas leurs taux tant que d'autres mesures de protection ne seraient pas prises par la ville; les compagnies ont indiqué ces mesures et le Board of Trade comprenant que les compagnies resteraient intraitables tant que ces mesures ne seraient pas mises à effet, en a recommandé l'adoption et l'exécution au Conseil de Ville.

On a prétendu, que le Board of Trade était de connivence avec les compagnies d'assurance, pour faire échouer les demandes formulées par le Conseil municipal aux compagnies d'assurance d'abaisser leurs taux en présence des améliorations déjà apportées au service contre l'incendie.

Mais les membres du Board of Trade sur lesquels pèsent lourdement, plus lourdement que sur n'importe qui les taux actuels d'assurance n'ont pas pris sans motif le parti de recommander qu'on se rende aux exigences des compagnies d'assurance.

Celles-ci leur ont dit, en effet: "Nous perdons de l'argent; les moyens de protection contre l'incendie ne sont pas suffisants pour éviter des conflagrations toujours possibles en l'état actuel. Nous prenons la situation telle qu'elle existe et dont nous ne sommes pas responsables. Prenez des mesures de protection plus efficaces et nous abaisserons nos taux. Si vous trouvez nos taux trop élevés, faites appel à la concurrence. Vous prétendez que les compagnies canadiennes sont combinées, adressez-vous à des compagnies américaines; assurez-vous où vous le voudrez, pour nous, nous maintenons nos taux tant que les conditions n'auront pas changé."

Les compagnies étant intraitables, il fallait se tourner d'un autre côté, c'est-à-dire chercher dans l'amélioration du service les moyens de faire diminuer les taux. C'est ce qu'a fait le Board of Trade en s'adressant au Conseil municipal.

Le Conseil municipal ne se trompe pas sur la portée des recommandations du Board of Trade, il a lui-même entamé la conservation à différentes reprises avec les compagnies d'assurance et, pas plus que le Board of Trade, il n'a pu leur arracher aucune concession, ni les faire déborder de leur demande d'une amélioration dans le service du département du feu.

Le tort des compagnies d'assurance est de ne pas vouloir s'engager relativement au tarif qu'elles appliqueront quand toutes les améliorations ou partie des améliorations qu'elles réclament auront été faites.

Actuellement le Conseil municipal menace de poursuivre les compagnies d'assurance en vertu de l'article 520 du Code Criminel qui interdit les combines. Ce n'est pas cette menace qui ressemble plutôt à une tracasserie qui fera réduire les taux de l'assurance.

The John Macdonald Co. Ltd.

On annonce que la maison John Macdonald & Co, de Toronto, vient d'obtenir son incorporation sous une nouvelle charte avec un capital de \$1,000,000 sous le nom de "The John Macdonald Company Limited" et qu'elle continuera le commerce en gros de marchandises sèches que faisait l'ancienne compagnie.

Les Directeurs de la nouvelle compagnie sont: MM. John Macdonald, James Fraser Macdonald, Duncan M. Macdonald, Mme Annie E. Macdonald et M. James Glainville.

ASSOCIATION DES MARCHANDS DE MARCHANDISES SECHES EN GROS

Cette association a tenu son assemblée annuelle le 13 décembre courant.

Après l'expédition des affaires de routine il a été procédé à l'élection des officiers pour l'année 1906:

M. Wm. Agnew a été élu président; M. R. A. Brock, vice-président; M. Robt. Henderson, trésorier; MM. Thos. Brophy, G. R. Martin, R. W. MacDougall et R. Smyth, directeurs.

M. Geo. L. Cains a été choisi à l'unanimité comme délégué de l'Association auprès du Board of Trade.

COMMENT UN VENDEUR A MANQUE UNE VENTE

Il n'avait pas une apparence propre.
Il manquait de dignité dans son maintien.
Il n'avait pas de tact pour se présenter.
Il arrivait en retard aux rendez-vous.
Il était infatué de lui-même et arrogant.
Il ne croyait pas à ce qu'il disait.
Il dégoûtait par une flatterie grossière les personnes avec qui il était en pourparlers.
Il ne connaissait pas les qualités de ses marchandises.
Il offensait les gens par une familiarité intempestive.
Il dénigrait les marchandises de son concurrent.
Il tournait en ridicule les idées et les méthodes des commerçants à qui il parlait.

Il n'étudiait pas au préalable le cas du client qu'il voulait faire.

Il avait recours au "bluff" au lieu de s'appuyer sur des arguments solides, basés sur des faits.

Il se perdait dans une foule de détails, sans pouvoir ne s'en tenir qu'aux choses essentielles.

La nuit précédente, il était sorti avec des camarades, et les effets de cette soirée étaient apparents.

Il parlait trop, sans donner au commerçant l'occasion d'expliquer ses idées et sa position.

Il ne pouvait répondre d'une manière intelligente, concise et convaincante aux questions et aux objections.

Il avait essayé de conclure l'affaire, avant d'avoir amené le futur client au point voulu pour cela.

Il a perdu son sang-froid, parce que le commerçant n'avait nullement l'air de vouloir céder, oubliant qu'on gagne les batailles par de violentes attaques vers la fin.

Il ne connaissait pas son affaire quand il a commencé l'attaque; il n'a pas parlé avec concision en véritable homme d'affaires; il ne s'est pas décidé à tenir son bout jusqu'à la fin et n'a pas terminé l'affaire avant de partir. ("System").

L'EFFET MORAL D'UNE ENQUETE

Le président de l'enquête sur les compagnies d'assurance dans l'Etat de New-York, le sénateur Armstrong, a déclaré dans une des dernières réunions du comité, que "l'effet moral de la présente enquête constitue au moins la moitié de son importance et il a déjà été assuré."

L'effet moral est en effet visible: il détourne nombre de personnes de l'assurance.

On voit bien les mauvais résultats de l'enquête; mais, jusqu'à présent, il faut encore se demander si elle en aura d'heureux et, dans l'affirmative, si le bien qui en provien-