

ni subi aucun inconvénient du fait de son acte généreux, ou bien encore, si on réfléchissait que les dieux peuvent être employés à un but meilleur et plus relevé qu'à servir d'aliment aux animaux sauvages, non seulement nous heurterions les sentiments de l'humanité, mais nous ne comprendrions point la morale de la fable. Comme toutes les autres histoires du même genre, celle-ci a probablement été inventée par un orateur ou un poète de l'antiquité afin de faire ressortir la bonté infinie et la générosité d'un dieu. Le fait que ces légendes ont été transmises durant de si nombreux siècles est un argument presque sans réplique quant à la force des sentiments auxquels elles font appel.

Si les hommes n'étaient pas touchés par des sentiments de générosité, ils ne conserveraient pas les légendes de grands sacrifices pendant des milliers d'années, comme ils l'ont fait dans quelques cas. Bien entendu, quand les intérêts personnels et égoïstes d'un homme sont immédiatement en jeu, il arrive souvent qu'il ne consent pas à devenir un martyr, mais quand sa sympathie est éveillée, il est extrêmement sensible aux sentiments élevés. Il répondra toujours à un appel fait à ce qu'il considère comme les choses les meilleures, les plus élevées et les plus importantes et, en règle générale, son intuition est si limitée qu'à un tel moment, il mettra même de côté ses intérêts les plus égoïstes ou les plus habituels.

Dans la pièce intitulée Jules César, celui-ci est représenté comme haïssant les flatteurs. Il est à présumer qu'il considérerait comme chose basse et vile la louange de ses vertus. Si la flatterie est vile, il est recommandable de la mépriser et les choses recommandables peuvent être louangées. Par conséquent, quand Casca informa César qu'il avait des flatteurs, César fut visiblement touché et quand ensuite Casca rapporta la chose à un certain nombre d'amis, César fut décidément flatté sur le moment, quand on lui dit qu'il haïssait les flatteurs.

Les affaires de l'assurance pourraient être grandement simplifiées et facilitées

si un solliciteur prenait la peine de rechercher quelle est la vertu principale d'un "prospect" particulier et si alors il louait cette vertu avec tact et mesure; mais il y aurait dans cette manière de faire un certain mercantilisme qui pourrait amener de mauvais résultats. La sollicitation est pour beaucoup une question d'adaptation aux individus et, en faisant appel aux sentiments élevés, je ne veux pas parler de la flatterie basse, je parle simplement des appels faits aux sentiments les plus élevés qu'une personne donnée est capable d'apprécier. Par exemple, la philanthropie, la moralité, l'aide fraternelle et la religion sont quelques-uns des sentiments qui peuvent apparaître avec persistance dans la sollicitation publique ou privée d'un secrétaire d'une Young Men's Christian Association. Bien qu'elle soit maintenant renforcée par quelques considérations pratiques, l'idée même d'une telle association est basée sur la bienfaisance et quelque égoïste que puisse être le secrétaire d'une telle association, chaque fois qu'il fait appel aux fonds publics, il doit le faire au nom de l'altruisme. Professionnellement et même personnellement, ses intérêts les plus élevés se concentrent dans ceux des autres. Par conséquent, le solliciteur, suivant une sorte d'instinct, appuiera d'une manière toute spéciale sur la philanthropie de l'assurance-vie quand il sollicite un ministre, un fonctionnaire d'un bureau de charité, ou un secrétaire de l'association dont nous parlons plus haut.

Un certain solliciteur entreprenant avait développé cet instinct qui lui avait servi à établir un plan distinct. Il était intéressé lui-même dans la société de bienfaisance et il imagina un plan sur lequel un certain nombre de directeurs et d'amis d'une association particulière pouvaient assurer leur vie et rendre les polices payables à l'association. Le secrétaire avait éprouvé des difficultés à recueillir des fonds, il avait souvent souffert d'une insuffisance de salaire et le plan en question le frappa. Il possédait de l'influence auprès des directeurs et d'autres personnes charitables et il se

larga avec énergie dans l'entreprise. Autant que je puis me rappeler maintenant, un certain nombre d'obstacles légers se présentèrent, mais ils furent enfin surmontés et, grâce aux efforts du secrétaire et du solliciteur, un fonds de donation de plusieurs milliers de dollars fut payé pour l'association. Entre temps, le solliciteur obtint un grand nombre de demandes d'assurance.

Sans aucun doute, chaque solliciteur a sa propre méthode pour impressionner les personnes qu'il désire assurer. Les uns parleront purement et simplement affaires et dédaigneront de solliciter une assurance en invoquant l'amitié. D'autres parleront de protection et de philanthropie et seront incapables de faire allusion aux profits. D'autres encore feront ressortir l'importance des placements et des économies. Chacun tend à se spécialiser et à faire appel à un sentiment unique, et ce système réussit généralement parce que ce que quelqu'un croit fermement, il peut d'habitude le faire croire aux autres; mais toutes choses égales, le solliciteur qui a à sa disposition une variété d'arguments obtiendra le plus grand succès. Je conviens qu'un solliciteur parlant strictement affaires aurait pu approcher ceux qui se sont assurés pour le bénéfice de l'association et aurait pu les intéresser à quelque forme de placement ou de protection. Mais je suis porté à croire que, dans ce cas, le sentiment de bienfaisance a produit des demandes d'assurance qui n'auraient pas pu être obtenues de toute autre manière. En tous cas, si ma proposition n'est pas exacte, presque chaque chose faite dans le monde est faite à tort. Nous élevons nos enfants, nous leur enseignons un grand nombre de choses afin qu'ils puissent avoir un avenir plus étendu, pour développer chez eux des sentiments plus élevés et, si ces sentiments ne peuvent servir à aucun but pratique, il semble certainement inutile de les développer.

(A suivre).

Les bonnes mœurs et la morale sont des amies jurées et de fermes alliées.— (Watts.)

HENRY E. DUNN, Président

Etablie en 1849

L'Agence Mercantile Bradstreet.

THE BRADSTREET CO., Propriétaires.

Bureau Exécutif : 346 et 348, BROADWAY, NEW-YORK.

Succursales dans les principales villes des Etats-Unis, du Canada, du continent Européen, en Australie et à Londres, Ang.

La Compagnie Bradstreet est la plus ancienne et, financièrement la plus forte organisation en son genre—travaillant dans un seul intérêt et sous une direction unique—avec des ramifications plus étendues, avec plus de capital engagé dans son entreprise et une dépense d'argent plus considérable pour l'obtention et la dissémination d'informations qu'aucune institution similaire au monde.

Puissance du Canada

CALGARY, Alta.
HALIFAX, N.S.
HAMILTON, Ont.
LONDON, Ont.
MONTREAL, Qué.
OTTAWA, Ont

McDougall Block
Metropole Bldg, 191 Hollis
39 James St., South
365 Richmond
Batisse Banque Impériale
Coin Bank et Sparks

WINNIPEG, Man.
QUEBEC, Qué.
ST. JOHN, N.B.
TORONTO, Ont
VANCOUVER, B.C.

William Ave et Main
111 Cote de la Montagne
74 Prince William
McKinnon Bldg. Jordan & Melina
Coin Hasting West et Gambie

BUREAU DE MONTREAL : BATISSE DE LA BANQUE IMPERIALE, 284 Rue ST-JACQUES,

JOHN A. FULTON, Surintendant.