

CE QU'EST LA PUBLICITE

La publicité, c'est Mercure s'associant à Hercule et à Mars pour insuffler la vie à l'entreprise nouvelle. Mercure donnant son intelligence et son raisonnement, Hercule sa force et sa résistance, Mars sa combativité qui doit refouler la concurrence. La publicité, c'est, à la fois, le levier et le point d'appui que réclamait Archimède pour soulever le monde. C'est le coefficient magique qui bouleverse les lois de l'offre et de la demande. C'est la force magnétique qui attire l'acheteur chez vous, c'est l'art de donner une plus grande valeur à une chose, de la faire désirer, en un mot, de la vendre.

La publicité, c'est le porte-voix qui clame votre nom aux quatre coins du monde; c'est la trompette de la Renommée qui sonne pour vous l'arrivée au succès. C'est le phare commercial qui, par son éblouissement, fascine tous les regards, qui éclaire les acheteurs et leur montre la route de votre firme. C'est l'aimant qui attire et retient vos clients, la clef qui ouvre toutes les bourses, l'arme défensive la plus puissante que renferme l'arsenal des affaires.

Mais la publicité est surtout la meilleure école de la fortune.

Avez-vous déjà remarqué que, dans tous les actes de la vie, chez tous les individus et dans tous les domaines, à toutes les latitudes et dans tous les coins du monde, tout est publicité?

Le luxe dont on entoure le baptême, le mariage et les funérailles est une publicité en faveur de votre amour-propre, de même que le soin que vous apportez à vous vêtir est une réclame en faveur de la valeur de votre rang social. Ne dit-on pas à juste raison que "L'habit fait le moine"?

Même les souverains, et surtout certains empereurs, aiment se tailler une publicité constante et gratuite dans la presse du monde entier qui se plaît à reproduire tous leurs gestes. Dieu lui-même a besoin que l'on sonne les cloches, a dit Lamartine. Depuis que le monde est monde, tous les humains subissent l'attrait de cet aimant qui vous attire jusqu'à la renommée, ou... fait affluer l'or dans votre caisse.

La publicité moderne est toute-puissante, elle chasse l'obscurantisme, elle est devenue scientifique et éducative, elle recourt aux arts et consacre de jeunes talents. Dans un autre ordre d'idées, elle est l'avant-garde du progrès, car elle développe de nouveaux besoins.

La publicité est dans tout et partout; science d'une souplesse absolue, docile sous toutes ses formes, elle accapare le monde.

Vendre une marchandise impondérable; ne pouvoir garantir aucune réussite de la transaction commerciale effectuée, étant donné que trop de facteurs complémentaires interviennent pour qu'il soit possible d'assurer le succès et le rendement d'une annonce, telle est la tâche ardue du courtier. Et chose incroyable, ce rôle difficile est tenu, trop souvent, chez nous, par celui qui ne sait plus de quel bois faire flèche, alors que cette profession, toute d'honnêteté, exige de la part de celui qui la pratique une réputation d'honneur, sans tache, puisqu'il doit inspirer une confiance, jamais assez grande, pour réussir dans son travail. Mais, en plus de sa bonne réputation, le courtier qui s'occupe de vendre des emplacements d'annonce doit posséder des connaissances générales très étendues: il doit avoir l'esprit souple, la réplique facile et sensée, l'argument qui "frappe" et détruit toute critique. Il est logique que, pour écouler une marchandise s'offrant dans des conditions aussi spéciales, il soit nécessaire d'être un vendeur de première force.

Le courtier d'annonces qui remplit toutes les qualités que nous venons d'énumérer doit forcément gagner largement sa vie puisqu'il représente un homme de valeur. Certes,

les courtiers d'annonces qui gagnent jusque \$10,000 par an sont rares, mais ils existent. Que cette affirmation soit un encouragement pour ceux qui se destinent à cette carrière, laquelle vient à peine de naître dans notre grand pays, ruche bourdonnante d'activité commerciale, où elle peut atteindre des horizons s'étendant jusqu'à la richesse. Que celui qui s'instruit et s'organise pour vendre des annonces persévère dans son étude et son travail; il est certain de réussir s'il est homme d'honneur. De tels hommes viennent à leur heure, car le champ d'action est vaste et la moisson se lève.

Beaucoup de commerçants, jusqu'ici réfractaires à la publicité, luttent en vain contre l'obligation qu'il y a pour eux, s'ils veulent maintenir leur clientèle et l'accroître, d'entrer dans la lutte contre la concurrence, par la réclame.

Si la publicité existe, c'est qu'elle est nécessaire à la vie commerciale; si elle se développe, c'est qu'elle rend des services. Or, il est incontestable que la publicité se développe dans notre pays.

Il est une maxime américaine qui dit: Comment voulez-vous que je vous fasse des commandes si je ne vous connais même pas? Cette maxime est trop véridique pour être discutée, mais de plus en plus elle gagne en valeur, car la concurrence s'accroît chaque jour.

Sans publicité, vous êtes perdu dans la masse de vos concurrents. Vous figurez l'épingle enfouie dans une botte de paille. Avec de la publicité, vous restez cette même épingle enfouie dans cette même botte de paille, mais vous vous "électrisez"; vous vous agitez. Vous piquez la curiosité du client qui, malgré lui, si vous êtes adroit, par un mouvement, même réflexe de sa psychologie, sera obligé de "sentir" votre existence.

En faisant de la publicité, le produit que vous vendez ne devient pas meilleur, mais se fait mieux apprécier. Tout est là.

L'EXPOSITION DE QUINCAILLERIE

Les apprêts pour l'exposition de quincaillerie à Ottawa progressent très rapidement. Un très bon comité a été organisé à Ottawa parmi les manufacturiers de cette ville qui prendront part à cette exposition.

Des invitations ont été envoyées à quelques-uns des hommes publics les mieux connus, leur demandant d'adresser la parole aux marchands et autres qui assisteront à l'exposition. On espère que l'hon. R. L. Borden acceptera l'invitation d'adresser la parole au lunch qui sera donné, et Sir Wilfrid Laurier a eu l'amabilité de promettre au comité qu'il y assistera.

Pour la réception des dames au théâtre, en dehors des personnes déjà mentionnées, il y aura un gala inusité. Cy. Wayman, le poète, a eu l'amabilité de promettre de faire un discours et réciter quelques morceaux originaux et bien sentis.

Les marchands qui veulent s'y rendre, devraient donner leurs noms à M. J. A. Beaudry, 80 rue St-Denis, Montréal, aussitôt que possible, afin de pouvoir prendre tous les arrangements pour les accommoder — soit sur le train spécial des quincailliers ou soit à Ottawa.

La date de l'exposition est du 16 au 21 février 1914.

LE MARCHÉ AU THÉ

On ne signale aucun changement survenu durant la semaine écoulée, sur le marché au thé qui reste très ferme. Dans les cercles locaux on suit avec beaucoup d'attention les moindres mouvements des marchés primaires.