

клатитъ на него. Нѣма причини да скжсамъ съ същия“. Обаче азъ, драги господа, много добре разбирамъ всичко. Това е само заради нищожната отстъпка отъ 10—15%. Кой търговецъ ще се опропасти ако даде и тия 10—15% дори и 20% да бжде. Както казахъ и по-горѣ, на отстъпката не трѣбва да се държи много, а дори и повече да се даде възнаграждение на агенцията, но последната да му направи хубаво обявление. Нашитѣ агенции само се надпреварватъ да крещятъ Рекламирайте чрезъ Б. агенция, защото само обявленията дадени чрезъ нея постигатъ целта си; или най-старата и най-известна агенция е Р. Нима затова ще постигнатъ целта си обявленията, защото се даватъ чрезъ най-стара и най-известна агенция? Нали въ обявлението не е казано коя агенция го дава, тогава какъ ще постигне то целта си? Азъ пъкъ мисля че обявлението ще има еднаква участъ, ако то се даде на най-стара и известна агенция или на много млада. По скоро ще постигне своята целъ обявлението ако се то даде на агенция, която ще го направи хубаво, която има идея за написване на реклама, а такава агенция може да бжде не най-старата и известна, а и най-младата.

Моятъ съветъ до всичаи господа търговци е, да не гледатъ отстъпката, а каква реклама ще имъ направи агенцията. Не искамъ да бжда криво разбранъ и упрекнатъ, че съмъ противъ агенциитѣ, напротивъ азъ съмъ за тѣхъ, но да се създадатъ образцови агенции, които да издигнатъ рекламното дѣло и