En 1912, hacia el final de una campaña presidencial muy reñida, Theodore Roosevelt programó su última gira electoral en tren. En cada destino de su recorrido, Roosevelt planeaba captar los votos de la multitud mediante la distribución de un elegante folleto con un adusto retrato presidencial en la tapa y un conmovedor discurso en el interior: Confesión de Fe. Se habían impreso alrededor de tres millones de copias, cuando un colaborador de la campaña notó, debajo de la foto de cada folleto, una pequeña inscripción que decía: Estudios Moffett, Chicago. Como Moffet tenía los derechos de copia, el uso no autorizado de la foto podría costarle a la campaña US$ 1 por cada reproducción, y no había tiempo para reimprimir el folleto. ¿Qué hacer?.  
Si los impresos no se usaban en absoluto se podían malograr las perspectivas de que Roosvelt fuera elegido. Pero si se seguía adelante, podía estallar un escándalo muy cerca del momento de las elecciones, y la campaña podía estar obligada a pagar una suma de dinero imposible de afrontar. Los colaboradores de la campaña se dieron cuenta rápidamente de que iban a tener que negociar con Moffett. Pero una investigación realizada por sus agentes en Chicago reveló malas noticias: aunque en los comienzos de su carrera como fotógrafo a Moffett le atraían las potencialidades de ese nuevo medio artístico, había logrado muy poco reconocimiento. Ahora, Moffett pasaba por momentos económicos difíciles y se aproximaba al momento de retirarse con una única cosa en mente: el dinero.

Desanimados, los colaboradores recurrieron al gerente de campaña, George Perkins, un ex socio de J. P. Morgan. Suponga que usted es Perkings, prepare su negociación con Moffet.