

BICYCLETTE ET AUTOMOBILE

L'histoire des ports et des amusements de ce pays n'offre rien de comparable à la rapide croissance de la popularité de la bicyclette, comme moyen de récréation, et à son déclin encore plus rapide. Ce déclin est encore plus étonnant quand on se souvient que les médecins ont recommandé la bicyclette comme un moyen précieux quand on en use avec modération, pour tenir le corps en bonne condition et prévenir certaines maladies engendrées par des habitudes sédentaires et le manque d'exercices corporels. Cela est si vrai que, s'il était possible de recueillir des témoignages des centaines de mille personnes vivant dans ce pays, dont les bicyclettes se rouillent dans des caves ou sont reléguées au grenier, on verrait que des milliers de ces personnes avoueraient qu'elles ne possèdent plus la santé parfaite dont elles jouissaient, quand l'excursion du dimanche à travers la campagne ou la promenade du soir sur les boulevards ou les pistes pour bicyclettes formaient une diversion importante et agréable à la routine de leur vie.

Les causes de ce déclin sont nombreuses, dit "Scientific American." La principale a été la même exactement que celle qui menace l'automobile aujourd'hui: les gens allaient trop vite et trop loin; et ceux qui n'avaient pas en partage la force musculaire et une constitution leur permettant de pédaler pendant des siècles et même des moitiés de siècle sans inconvénient, commencèrent à imputer à la bicyclette leurs douleurs dans les jambes et l'épuisement de leur corps.

Une autre cause de ce déclin presque aussi importante a été l'introduction de bicyclettes à bon marché qui a mis cet instrument à la portée de toute personne pouvant se procurer les quarante ou cinquante dollars nécessaires à son achat. La bicyclette ne fut plus fashionable; et pour cette raison le déclin du bicyclisme est un des signes les plus surprenants du fait que le peuple Américain perd rapidement cet esprit indépendant, démocratique qui a été pendant trois siècles un des caractères distinctifs de leur race.

Lorsque l'engouement pour ce sport devint démodé, son glas funèbre comme passe-temps d'une popularité universelle était sonné. La bicyclette n'avait plus que des usages purement militaires. Comme moyen de transport, elle remplira toujours une place utile dans l'économie de la vie journalière; mais il est tout-à-fait improbable que le bicyclisme reprenne jamais son ancienne position comme un des moyens de récréation les plus à la mode et les plus populaires.

Mais que dire de l'automobile? Des

causes semblables produiront-elles les mêmes effets? Déjà la manie de la vitesse menace de causer du tort aux intérêts de l'automobile en augmentant la liste des accidents et en prédisposant l'esprit du public contre lui. Il est satisfaisant de savoir que des efforts sérieux sont faits par le nombreux corps des automobilistes pour empêcher la conduite inconsciente des automobiles et épargner à ce sport splendide le mal qu'a fait au bicyclisme la vitesse de course.

La fabrication d'automobiles sûrs et à bon marché (et si les plans de certaines maisons n'échouent pas, le marché débordera de ces voitures dans deux ou trois ans) mettra l'automobile à la portée de la bourse de personnes dix fois plus nombreuses que celles qui peuvent acheter cette machine dans les conditions actuelles. Avant longtemps, les

boulevards, les carrefours, les routes à barrières, seront sillonnés de fervents de ce sport. Verrons-nous se répéter pour ce magnifique moyen de récréation l'histoire de la bicyclette? L'automobile passera-t-il de mode? Cela se peut jusqu'à un certain point; toutefois il restera jusqu'à la fin un des plus utiles moyens de transport, tant pour les marchandises que pour les voyageurs que l'inventeur ait mis au service de l'homme, rivalisant avec la locomotive et le tramway électrique, s'il ne les surpasse pas.

Il y a ceci à dire en faveur des chances qu'a l'automobile de conserver sa popularité actuelle comme moyen de récréation, c'est que, à l'encontre de la bicyclette, il offre un moyen de voyager presque sans effort et qui peut être rendu, si on le veut, absolument luxueux.

PUISSANCE

MERCANTILE

La réputation est la force — la puissance qui fait des ventes et crée la demande. Or, la réputation n'est pas le résultat de la publicité, c'est le résultat d'une épreuve personnelle, d'un jugement rendu par la plus haute cour d'appel — le consommateur. Un article qui se vend sur sa réputation est le meilleur et le plus profitable à tenir; sa vente est sûre et rapide, à de bons prix.

Les Marinades Marque "Lion" se sont vendues sur leur mérite seul pendant près d'un demi-siècle. Elles ont été essayées par le consommateur et leur réputation est établie. Elles ont meilleure apparence, meilleur goût et sont meilleures que toutes autres Marinades Canadiennes en Vrac sur le marché.

THE OZO CO., LIMITED

MONTREAL.