

grande partie à l'ivrognerie si nous ne pouvons nous procurer le matériel de guerre nécessaire ».

Puis le roi se déclare « prêt à payer d'exemple en renonçant à l'usage des liqueurs alcooliques et en ordonnant de ne plus en consommer dans les maisons royales ».

Au reçu de cette lettre, Lloyd-George aurait annoncé son intention de se retrancher toute liqueur forte pendant la durée de la guerre.

La presse accueille avec faveur ces exemples venus de si haut, et cela la dispose, comme d'ailleurs le public, à pousser à la roue pour l'adoption de mesures énergiques.

Dimanche dernier, dans toutes les chaires et les tribunes d'Angleterre, on a prêché l'abstinence totale et demandé à toutes les classes de la société de suivre l'exemple du roi et de ses ministres.

Quant au cabinet, il n'a pas encore arrêté les mesures à prendre, mais il le fera bientôt.

Il est assez curieux de remarquer que la campagne qui se poursuit en Angleterre n'en appelle pas aux arguments d'ordre social ou d'ordre moral, mais seulement aux raisons d'ordre économique. Le discours de Lloyd-George, surtout, est tout entier dans cette proposition qu'un ouvrier sobre produit une plus grande somme de travail, dans un espace de temps plus court, et avec plus d'habileté qu'un ouvrier adonné à la boisson, même modérément.

Et cela prouve pour jamais que si le commerce de l'alcool fait « aller » le commerce et l'industrie, il les fait aller à rebours et dans le fossé, en diminuant la production et en la rendant moins soignée.

Pendant que ces choses consolantes se passent au Royaume-Uni, on annonce d'Égypte que le gouvernement vient d'y prohiber la vente de l'absinthe.

Il n'y a pas huit jours, pas à Québec où on attend les grands maux pour appliquer les grands remèdes, mais à Berlin où les choses vont déjà mal, les autorités militaires décrétaient des peines sévères contre les vendeurs de boissons alcooliques aux soldats du Kaiser.

Le 10 mars, les membres du bureau de direction de la *Poster advertising Co. of the United States and Canada* décidaient qu'après le 31 mai 1915, la compagnie ne prendrait aucun contrat, dans les 4,000 cités des États-Unis et du Canada où elle fait affaire, pour l'annonce des liqueurs spiritueuses.

C'est bien de quoi réjouir tous ceux qui ont à cœur le bien des sociétés et des individus ; mais surtout ceux qui pensent à la beauté des âmes rachetées du Sang de Jésus-Christ.

AUBERT DU LAC.