

autrement considérable, avouons-le, en quoi s'est-elle aperçue qu'elle trimait pour du luxe? Le luxe peut aider une classe de producteurs, par exemple les artistes, pourvu qu'en livrant ses commandes, il sache mettre aux choses le prix qui convient, un grand prix aux grandes choses; il ne fait rien pour la masse des travailleurs. Le luxe encourage les industries de luxe; il ne fait rien pour les grandes industries. Au contraire, *il tend à dissiper le capital, véritable source du salaire*. Du reste, ceux qui ont le plus besoin de l'assistance des riches sont précisément ceux que la vieillesse, la maladie, les infirmités, les accidents de la vie mettent hors d'état de travailler. Quand et comment les folles dépenses du luxe pourront-elles les soulager?

Fût-elle de beaucoup plus considérable, la somme de bien relatif qu'opère par accident le luxe ne saura jamais compenser les maux que normalement il engendre: auprès d'une classe, l'orgueil, l'avarice, l'insensibilité du coeur, la paresse et souvent la débauche; auprès de l'autre, l'envie, une sourde colère, surtout l'esprit d'imitation; de l'une à l'autre des inégalités croissantes, des méfiances, des divisions, des haines et finalement la *lutte*, que la plupart des organisations neutres acceptent et proclament comme base de leur action.

Une philanthropie digne de ce nom saura bien trouver, même en dehors de l'assistance proprement dite, des méthodes moins dangereuses de faire concourir l'argent au progrès de la société. "Devant le prolétaire il ne suffit pas que la propriété se défende, il faut qu'elle se justifie." (E. Lamy). A plus forte raison la fortune. Or un bon moyen de faire pardonner l'opulence, c'est de coordonner et d'orienter non seulement les dépenses du luxe, mais *les achats nécessaires ou utiles*, de manière que la production s'en ressente et que l'entourage social y trouve profit immédiat. Voilà donc un appel du devoir qui s'adresse au plus riche comme au plus humble des consommateurs. "Chaque consommateur, par chacun de ses achats, exerce un pouvoir direct de vie ou de mort sur toute une classe de producteurs". (Hobson). Ainsi il n'y a pas d'achat neutre. Qu'il s'agisse de mets journaliers, d'un chapeau à la mode, de balles de coton, de tonnes de houille, il faut d'abord ne pas faire de mal puis faire en achetant le plus de bien possible. Au