

bres bénévoles de la Ligue des Droits du Français, stimulés par l'exemple, et encouragés par nos interventions parfois hardies, le plus souvent discrètes et ignorées, ont fourni leur large part d'observations et de suggestions, tenant constamment à l'oeuvre un secrétaire qui ne demande pas mieux. Il serait inopportun et sûrement indiscret de révéler au public tous les détails de nos interventions. Des points et des virgules que nous retranchons sur une enseigne ou que nous ajoutons dans un cliché, une tournure de phrase française que nous substituons à l'anglicisme d'une annonce, n'intéressent guère; c'est pourtant de là que dépend, souvent, l'estime de ceux qui nous jugent par nos façades, et, dans une large mesure, l'intégrité de l'esprit de notre race.

#### SOURCES ET MOYENS D'ACTION.

*Sources et moyens ordinaires d'action.* Pour les bien connaître, il faudrait voir ces coins d'enveloppes, ces feuilles de calepin, ces mots écrits à la course sur la rue, en tramways, dans l'anti-chambre d'un bureau ou sur les places publiques pour signaler à la ligue une bonne action à faire, une intervention utile, une protestation d'urgence, un conseil à donner.

C'est le côté gai de notre oeuvre, mettant à contribution le moindre effort et les moindres talents, dont le résultat, quelquefois, est d'une importance extraordinaire.

Entre mille, en voici un exemple : un brave ouvrier canadien-français nous transmet, un jour, une demande d'abonnement à la *Gazette du Travail*, publiée par le Gouvernement d'Ottawa. Cette demande était écrite en très mauvais français et signée par l'un des chefs du département. Tout de suite nous adressons à ce chef les félicitations de la Ligue pour avoir compris, en homme d'affaires intelligent, que pour obtenir une clientèle française il faut s'adresser à cette clientèle en français. Nous lui faisons remarquer, cependant, que sa lettre circulaire est écrite en français détestable, et qu'il faudrait la faire rédiger par un secrétaire connaissant bien les deux langues. A notre grande surprise, le sous-ministre du département nous répondit lui-même qu'en effet ses formules étaient mal rédigées, qu'il agréait

nos remarques, nous en remerciait, et qu'il allait substituer à toutes les formules de son département les formules françaises dont la Ligue n'aurait pas à se plaindre. Cette réponse du sous-ministre était rédigée dans un excellent français.

Nous n'avons pas la naïveté de croire qu'une telle promesse sera aussitôt mise à exécution, ni qu'elle constitue un contrat. Notre rôle, en bien des circonstances, consiste à rafraîchir la mémoire de ceux qui négligent leurs promesses.

Notre correspondance est classée à l'américaine, de sorte qu'une observation qui nous est faite sollicite longtemps notre attention. Nous attendons le moment favorable, qui finit presque toujours par se présenter.

Le nombre d'enseignes que nous avons fait rédiger en bon français est presque incalculable. Il n'y a qu'à attirer discrètement l'attention des gens pour obtenir ce que l'on veut. C'est la conclusion à laquelle en est arrivée notre Ligue en réclamant le respect de la langue française dans les petites choses.

Si nous signalons ces détails, c'est pour montrer la force des volontés unies pour une action commune. Isolée, une intervention ne compte pas. Unis les uns aux autres et toujours faits au nom d'une association connue et respectée, les moindres actes deviennent une puissance dont on ne connaît que plus tard la portée.

#### EXPOSITION DE CATALOGUES.

"Exposition de catalogues". Pour illustrer notre propagande et manifester aux indifférents et aux incrédules l'à-propos sion la nécessité de nos initiatives, comme pour réconforter les dévoués et les convertis de la première heure, nous avons fait, dans la semaine du 15 mai 1915, une exposition de calendriers et de catalogues français. Grâce à l'amabilité de M. L.-J.-A. Derôme, de la rue Notre-Dame, l'une des grandes vitrines de son bel établissement fut ornée de centaines de calendriers et de catalogues apportés de nos bureaux.

Nous poursuivions un double but : Convaincre les fournisseurs de l'importance de l'annonce française, et faire soupçonner aux consommateurs que les annonces sont des moyens d'anglicisation lente mais sûre, jusque dans la famille.

Sans doute, l'épicier, le boulanger, l'industriel et le marchand de nou-