

se produisirent. Nous ne pouvons les signaler toutes. Contentons-nous d'une industrie, celle des biscuits et des bonbons. Il y en avait peu d'aussi anglicisées. Nos propres maisons, par une inconcevable aberration, ne mettaient sur le marché que des produits aux noms anglais: *Jelly tarts, Ginger snaps, champagne Wafers, marshmallow, peppermints, chocolate drops, butter scotch, ladies caramels, kisses, salted peanuts, etc., etc.* Et les mots, sur les lèvres des enfants, accompagnaient et même précédaient les friandises aimées...

Une couple de maisons commencèrent la réaction. Cela leur coûta cher en argent, car il fallut sacrifier boîtes et étiquettes; cela leur valut aussi d'assez amers reproches de quelques autres fabricants et une certaine perturbation dans leur commerce. Elles tinrent bon. Peu à peu, devant la sympathie qui accueillit leur geste, la plupart se décidèrent à les imiter. Aujourd'hui cette industrie est presque complètement francisée. La vue du danger que comportait pour les nôtres une attitude contraire en avait eu raison.

A cet argument patriotique nous pouvons en joindre un second d'ordre pratique. La vraie méthode en affaires n'est-elle pas de servir les clients dans leur langue? Qui s'avisera à Londres de faire son commerce en français, ou à Paris, en anglais?

Mais une objection se dresse. Deux races vivent ici côte à côte. Elles parlent des langues différentes. Nombreux sont les industriels et les marchands dont les clients appartiennent à l'une et à l'autre. Ce que nous, de langue française, nous exigeons de nos fournisseurs, eux, de langue anglaise, ont aussi le droit de l'exiger. Et alors quelle situation compliquée...