

# LE PRIX COURANT

(THE PRICE CURRENT)  
REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Propriété Immobilière, Etc.

EDITEURS :

LA COMPAGNIE DE PUBLICATIONS COMMERCIALES  
(The Trades Publishing Co.)  
42, Place Jacques-Carlier, - MONTREAL  
TELEPHONE BELL MAIN 8647

MONTREAL ET BANLIEUE - \$2.80  
ABONNEMENT CANADA ET ETATS-UNIS - 2.00 PAR AN.  
UNION POSTALE - - - - - FRS 20.00

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins qu'une année complète.



L'abonnement est considéré comme renouvelé si le souscripteur ne nous donne pas avis contraire au moins quinze jours avant l'expiration, et cet avis ne peut être donné que par écrit directement à nos bureaux, nos agents n'étant pas autorisés à recevoir de tels avis.

Une année commencée est due en entier, et il ne sera pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages ne sont pas payés.

Nous n'accepterons de chèques en paiement d'abonnement, qu'en autant que le montant est fait payable au pair à Montréal.

Tous chèques, mandats, bons de poste, doivent être faits payables à l'ordre de :

"LE PRIX COURANT."  
Nous nous ferons un plaisir de répondre à toutes demandes de renseignements.

Adresses toutes communications simplement comme suit :

LE PRIX COURANT, Montréal.

## LE TABAC ET LES ENFANTS

L'attention du Conseil Municipal a été attirée par l'échevin Couture sur l'insubordination de la loi qui interdit aux jeunes gens au-dessous de l'âge de 16 ans l'usage du tabac sous quelque forme que ce soit.

Le président du Comité de Police a déclaré qu'il veillerait à ce que la loi soit observée et engagé les journaux à traiter ce sujet de manière à faire connaître au public les exigences de la loi à cet égard.

Une conférence a été faite aux hommes de police dans laquelle on leur a rappelé que l'usage du tabac sous quelque forme que ce soit était interdit à quiconque à moins de 16 ans d'âge et que la vente à ces personnes, de tabac à fumer ou à chiquer, cigarettes, papier à cigarettes était également interdit. En cas de contravention, le contrevenant est passible d'une amende de \$10 pour la première offense, de \$25 pour la seconde et de \$100 pour la troisième. L'amende est applicable aussi bien à celui qui, étant âgé de moins de 16 ans, fait usage de tabac qu'à celui qui lui en a vendu ou donné. Cependant, pour une première offense la pénalité pour l'enfant sera la réprimande, tandis que, pour le détaillant l'amende de \$10 reste toujours sa peine.

Nous n'avons nulle intention de récriminer contre la loi elle-même; non seulement toute récrimination serait inutile, mais nous sommes d'avis qu'il faut protéger l'enfance contre l'abus et même l'usage du tabac. Il est véritablement dangereux pour des parents de laisser leurs enfants de 8 à 10 ans faire usage de tabac.

Mais nous prévoyons pour le marchand de tabac bien des ennuis en perspective et nous ne sommes pas certains qu'il ne sera pas, du fait de cette loi, la victime de bénéfices éhontés. Rien n'est plus

trompeur que l'apparence. Des gamins de 14 et 15 ans peuvent en paraître 16 et 17; tandis que d'autres, ayant plus de 16 ans, peuvent paraître n'en avoir pas 14 et induire en erreur tous les prétendus physiologistes de la création.

Le marchand devra-t-il exiger de son acheteur la présentation d'un acte de naissance ou la présence de témoins pour certifier l'âge du jeune homme? Ce n'est guère pratique ni possible.

Si le marchand s'en rapporte à l'apparence de l'acheteur et que cet acheteur qui paraît avoir 17 ans, n'en a pas 16, il se met dans son tort vis-à-vis de la loi. Si, au contraire, le marchand refuse de vendre à un jeune homme qui ne paraît pas avoir 16 ans et a dépassé cet âge, il offense son acheteur.

La position du marchand n'est certes pas agréable et elle pourra être quelquefois ridicule.

Il est bien des cas où la loi ne sera pas pour le marchand d'une application facile. Tout en voulant l'observer à la lettre il la transgressera plus d'une fois et, nous le plaignons, si quelque individu sans conscience lui tend un piège dans lequel il doit infailliblement tomber.

## UN COUP D'ÉPÉE DANS L'EAU

Les propriétaires d'une importante manufacture de la province d'Ontario—que nous ne désignerons pas autrement—envoie à sa clientèle canadienne-française un imprimé à remplir. Cet imprimé a la prétention d'être rédigé en français. Qu'on en juge d'après l'extrait suivant que nos reproduisons textuellement:

"Une des plus importante manière d'avertissement est la liste mailable. Envoyé aujourd'hui et à tous les jours si vous connaissez quelque une qui contemplant de nouvel construction n'importe quel sorte. Avec une liste bien soigné elle vous produira des ordres an retour. S'il vous plait donnez-nous les nom de vos pratique valmant prospectueux seu-

lement, et donnez nous une information complète de chaque nom et nous leur avoiron des matière que les intéressera."

Evidemment, la maison qui a fait les frais d'un tirage spécial pour sa clientèle de langue française, espère beaucoup de son effort et sera sans doute très surprise du peu de résultat de sa tentative et ne manquera pas de se dire que sa courtoisie envers les Canadiens de langue française n'a pas eu la récompense qu'elle méritait.

L'intention est sûrement courtoise, mais entre l'intention et le fait il y a de la marge.

Ce n'est certes pas un manque de courtoisie que de s'adresser à un client dans un charabia incompréhensible quand il est si facile de se faire comprendre. Rien n'est plus aisé au Canada que de trouver des gens très versés dans les deux langues et, par conséquent, rien de plus simple que d'obtenir une bonne traduction de l'anglais en français ou du français en anglais.

Nous savons une chose, c'est qu'aucune maison importante ne se permettrait d'écrire à sa clientèle dans un anglais aussi mauvais que l'est le français ci-dessus reproduit.

Nous nous sommes maintes fois demandé pourquoi les Canadiens d'origine anglaise sont si réfractaires à l'étude de la langue française, alors que les Canadiens d'origine française se mettent si volontiers à écrire et à parler la langue anglaise et que beaucoup manient cette dernière langue avec autant de facilité que leur langue maternelle.

En rentrant dans le domaine des affaires pur et simple, il est incontestable qu'un client se trouve flatté de recevoir la correspondance de ses fournisseurs dans sa propre langue. Mais, encore, faut-il qu'on ne lui impose pas une torture en lui donnant des rébus à déchiffrer et des inepties à lire, si on ne veut manquer l'effet attendu.