

Deux moyens s'offrent, pour atténuer le mal, aux établissements commerciaux qui ont recours à ce genre de publicité: l'originalité du dessin et le pittoresque de l'orthographe. Une maison canadienne-française a déjà donné l'exemple en employant avec un vif succès, nous le reconnaissons, le second de ces moyens.

Nous avons lu l'autre matin, avec des yeux émerveillés, dans un champ avoisinant le réseau du Pacifique, cette attrayante annonce: "X... *La plus grand maison équiper détaille fourrure du monde*".

Puisque la plus grand maison équiper détaille du monde ne possède qu'une seule fourrure, ça doit être une grande, une vaste, une immense fourrure. Quelque société philanthropique pourrait bien se servir de cette fourrure pour envelopper notre pauvre diable de vieux soleil, qui, paraît-il, se refroidit de plus en plus chaque année.

---