

LE FRANÇAIS ET LES MARQUES DE FABRIQUE

La déteinte de l'anglais sur le français se manifeste surtout dans les noms que l'on donne aux produits fabriqués au Canada.

Si un industriel désire se trouver une marque de commerce pour un objet qu'il fabrique lui-même, je ne sais pourquoi il aura infailliblement recours à la langue anglaise.

C'est ainsi que, par une humiliation que nous méritons peut-être à cause de notre esprit ultra-condescendant, notre marché compte des quantités de produits canadiens baptisés de noms shakespeariens.

Nous avons des appareils photographiques « speedlight », des chaussures « easy on », des pendules « regulator », des machines à laver « lone star », des salopettes « reliable », des glacières « iceland », des tentes de campement « lakeside », des bicyclettes « Rand », des montres « climax », des canifs « diamond », du tabac « maple leaf », etc.

De grâce, francisons nos marques de commerce, nous, surtout Canadiens français !

C'est très facile. Ouvrons les catalogues français, et nous trouverons des noms magnifiques et très expressifs pour tous ces objets :

- Appareil photographique : **MULTIPOSE.**
- Chaussure : **LE RÊVE.**
- Pendule : **SATURNE** ou **EQUINOXE.**
- Machine à laver : **LE RÊVE.**
- Salopette : **INUSABLE.**
- Glacière : **PÔLE NORD.**
- Tente de campement : **L'ALPESTRE** ou **LA PYRÉNÉENNE.**
(On pourrait mettre : **LA LAURENTIDE**).
- Bicyclette : **HIRONDELLE.**
- Montre : **ÉCLIPSE.**
- Canif : **PETIT POUCKET.**
- Tabac : **MON AMI.**

En donnant libre cours à son imagination, ne pourrait-on pas dire encore :

Chapeau : AIGLON.
 Poêle : SALAMANDRE.
 Rasoir : LE FEU.
 Motocyclette : L'ÉCLAIR.
 Chapeau : ARCHIPLUME (très léger).
 Réveil-matin : COQ.
 Machine à coudre : LA SILENCIEUSE OU LA PRATIQUE.
 Balai par vide : LE TOURBILLON.
 Arrosoir : L'ONDÉE.
 Douche : L'ORAGE.
 Pincès : BOULEDOGUE.
 Lorgnon : LYNX.
 Brosse rigide : PORC-ÉPIC.
 Couverture de lit : LA FRILEUSE.
 Vase à fleurs (à long col) : LA CIGOGNE.
 Parfum : LA ROSE.
 Automobile : LA RAPIDE.
 Ombrelle : LA LIBELLULE.
 Machine à tricoter : L'ABEILLE.
 Ventilateur : LA BRISE OU CYCLONE.
 Liqueur douce : LA FRAISETTE.

L'esprit goguenard français peut se manifester même jusque-là. Il y a en France la bicyclette SAFILE (pour *Ça file*), le tire-bouchon SATYRE (pour *Ça tire*).

En cela, l'Anglais peut rendre des points au Français. Un fabricant de salopettes a pris pour marque de commerce un coq haut-perché chantant ces mots : *I crow over all* (overall).

Certains noms historiques, mythologiques ou légendaires se prêtent très-bien à l'adaptation commerciale. Tout en diminuant la pléthore de mots anglais qui dansent constamment devant nos yeux à la devanture des grands magasins, ces allusions indiquent un certain degré de culture intellectuelle chez ceux qui les emploient.

Ainsi, un miroir SOSIE rappelle ce personnage de l'*Amphitryon* de Molière, dont Mercure a revêtu les traits pour remplir plus facilement la mission dont l'a chargé Jupiter. Son nom est devenu proverbial pour désigner une personne qui ressemble parfaitement à une autre.

En souvenir de la chevelure longue et abondante du vigoureux personnage biblique, on peut donner le nom de SAMSON à une préparation destinée à faire pousser les cheveux.

Par allusion à Absalon restant suspendu à un arbre par sa chevelure, un perruquier voulant indiquer la parfaite adhérence de ses perruques à un crâne dénudé pourra les appeler PERRUQUES ABSALON.

Un barbier voulant encourager ses clients à se tenir la chevelure très courte, et, par conséquent, à lui faire de fréquentes visites, pourrait faire peindre à son enseigne un Absalon se balançant à une branche d'arbre, soutenu par sa chevelure, alors que la mule fuyait, soulagée de son cavalier. En exergue, il mettrait : Les inconvénients d'une longue chevelure.

La lanterne DIOGÈNE, voilà une jolie marque, allusion au grand philosophe grec parcourant les rues d'Athènes en plein midi, avec une lanterne allumée et répondant à ceux qui lui demandaient compte de cette bizarrerie :

— Je cherche un homme.

Les noms célèbres de notre histoire tels que : Champlain, Dollard, Maisonneuve, Frontenac, Salaberry, Jacques Cartier font aussi un excellent effet sur des produits canadiens.

Cela, tout en signifiant la même chose, vaudrait infiniment mieux que le « made in Canada » que l'on étiquette partout et à outrance depuis le commencement de la guerre.

Il y a encore les noms d'actualité. Une maison à appartements du Nord de Montréal s'appelle LE JOFFRE. Cela vaut bien le « The St. Catherine », en plein centre canadien-français.

Ces jours derniers, un ingénieux tailleur montréalais s'y prenait de cette façon pour se faire de la réclame. Dans la montre de son magasin, il avait écrit en gros caractères :

JOFFRE un complet valant \$25 pour \$15.

Il y a aussi les noms de ville : Le cigare BOSTON, l'eau RIGA (ville de la Russie), etc., l'eau de VICHY.

Tout le monde connaît cette marque de fabrique du savon Sapolio. Une vieille bonne femme, à jupe courte, un gourdin à la main, poursuit la malpropreté avec la plus vive ardeur, alors qu'on peut lire à même le dessin : *Sapolio chasse la crasse*.

Cette annonce de savon me rappelle une réclame du même produit, très populaire en France.

L'expression « donner un savon à quelqu'un » signifie : le gronder, le réprimander vertement.

La réclame était d'autant plus piquante qu'elle était historique et politique. Elle représentait une jeune femme, Marianne ou la République Française, entourée de trois rois, Louis XVI, Louis-Philippe et Napoléon III, à chacun desquels elle donnait un pain

du savon LA RÉPUBLIQUE, qu'il s'agissait de faire connaître. Les royalistes ne goûtaient pas du tout ce genre de réclame.

La clientèle anglaise ne sera aucunement offusquée des appellations françaises donnés à nos produits. On n'a qu'à feuilleter les catalogues anglais, surtout les catalogues de mode pour constater que les mots français ou à l'allure française y foisonnent :

Negligeé shirt, voile, crepe, ratine, satinette, messaline, foulard, crepe de Chine (sic), silk chiffon, serge, linon, batiste, moire, coronet, braid, Pompadour wave, coutil, bassinette, mignonette, etc. (Cf. Tarif-album de Montgomery Ward and Co., Chicago).

Les fabricants anglais créent à plaisir des mots français pour la bonne raison qu'ils les trouvent élégants et expressifs. Ce que nous appelons *popcorn* se dit en anglais *Crispette* ; ce que nous appelons « fixtures à gaz » se dit en bon anglais GAZELIER, et FIXTURES électriques, ELECTROLIER. Et dire que les Français ne connaissent pas encore ces trois mots que les Anglais finiront bien par nous imposer. Un académicien ne pourrait pourtant pas trouver mieux, peut-être pas même aussi bien.

Si, malgré tout, les âmes délicates et timorées craignent de porter ombrage à nos compatriotes hétérogènes, ils peuvent faire montre d'habileté en choisissant des mots qui s'écrivent de la même façon dans les deux langues, tels que : CAPITAL, UNION, ROYAL, ou des mots latins ou à suffixe latine, faciles à comprendre : LUX, FACILIS, SIMPLEX, JUNIOR, CASTORIA, RESTORIA, OMNIA, RADIUM.

Soyons aussi malins que les Anglais eux-mêmes. Les fabricants de la bière REGAL ont été très habiles en choisissant ce mot. Les Anglais lisent Regal, qui, dans leur langue, signifie « royal ». Les Français croient que cette bière est un REGAL, et les Juifs commençant à lire par la fin, comprennent LAGER, de sorte que ce seul mot satisfait tout le monde.

C'est tout comme le marchand nommé

LEON NOEL

dont le nom à l'affiche, qu'il soit lu par un juif, de droite à gauche, ou par un Canadien français, de gauche à droite, demeure toujours le même : LEON NOEL.

Abbé Étienne BLANCHARD.