

Label
Mars 1940

No 314

L'ÉCOLE SOCIALE POPULAIRE
PUBLICATION MENSUELLE

Notre relèvement économique

Le devoir du consommateur,
des communautés, du marchand

PAR

le R. P. ARCHAMBAULT, S. J.



Prix: 15 sous

L'ÉCOLE SOCIALE POPULAIRE

MONTRÉAL

Direction :
SECRÉTARIAT DE L'E. S. P.
1961, RUE RACHEL EST

Administration :
L'ACTION PAROISSIALE
4260, RUE DE BORDEAUX

1940

TOUS DROITS RÉSERVÉS



PUBLICATIONS DE L'E. S. P.

(Directeur: R. P. ARCHAMBAULT, S. J.)

(Abonnement: \$1.50 par an)

1A. L'Ecole Sociale Populaire	Arthur SAINT-PIERRE
2. L'Organisation ouvrière dans la province de Québec (2 ^e édition, 1913)	S. S. LÉON XIII
15. L'Encyclique « <i>Rerum novarum</i> »	Dr Joseph GAUVREAU
18-19. Contre l'alcool	Abbé GOUIN, P. S. S.
20-21. Un catholique social: Frédéric Ozanam	R. P. ARCHAMBAULT, S. J.
24. Le Clergé et les études sociales	XXX
30. L'Utopie socialiste — 1	DOMBRAY-SCHMITT
31. Le Val des Bois	R. P. DALY, C. SS. R.
33. Les Ecoles maternelles	Arthur SAINT-PIERRE
36-37. Le Devoir social	R. P. TRUDEAU, O. P.
40. Les Syndicats socialistes et neutres	R. P. GONTHIER, O. P.
46. A propos d'immunités	R. P. RUTTEN, O. P.
48-49. Leçons pratiques d'action sociale catholique	R. P. Alexandre DUGRÉ, S. J.
51. Les Avantages de l'agriculture	Abbé GOUIN, P. S. S.
53-54. Le Règne social du Sacré Cœur	Anatole VANIER
55. Le Comptoir coopératif	R. P. ARCHAMBAULT, S. J.
59. Le Clergé et les œuvres sociales	R. P. Alexandre DUGRÉ, S. J.
62-63-64. Vers les terres neuves	R. P. Edgar COLCLOUGH, S. J.
76. Nos arnaments agricoles	Abbé Edmour HÉBERT
86. Le Problème social et sa solution	E. S. P.
87. Les Semaines sociales	Alfred CHARPENTIER
88-89. De l'Internationalisme au Nationalisme	Antonio PERRAULT
91. L'Action sociale	R. P. VILLENEUVE, O. M. I.
92-93. La Grève et l'enseignement catholique	Edouard MONTFETIT
94. Programme d'action sociale	Mgr L.-A. PÂQUET
96. L'Organisation professionnelle	Abbé Emile CLOUTIER
97. Syndicats patronaux	Abbé Edmour HÉBERT
100. Le Salaire	Wilfrid GUÉRIN
102. La Question des chemins de fer	XXX
103. Les Coisses Desjardins: œuvre sociale	XXX
105. L'Organisation ouvrière catholique au Canada	E. S. P.
106. Réformes scolaires	E. S. P.
107. Le Travail du dimanche dans notre industrie	Mgr Eugène LAPOINTE
108. La Gaspésie	J. W.
110. La Société catholique de Protection	E. S. P.
111. Le Problème des narcotiques au Canada	Olivier CARIGNAN
112. Le Charbon au Canada	Paul CHARTIER, S. J.
113-114. Le Nord qui s'ouvre	R. P. Alexandre DUGRÉ, S. J.
115. Les Trois Etapes de la question ouvrière	Abbé Edmour HÉBERT
116-117. Dans les chantiers	R. P. J.-A. DESJARDINS, S. J.
118. La Mortalité infantile	Dr Joseph GAUVREAU
120-121. Le Chômage	Gérard TREMBLAY
122. L'Eucharistie et la question sociale	R. P. Léo BOISMENU, S. S. S.
124. Le Patriotisme	S. G. Mgr LAFLECHE
125. L'Apprentissage	E. S. P.
126-127. Notre problème agricole	Charles GAGNÉ
128. Les Forces hydrauliques	R. P. Pierre FONTANEL, S. J.
129. L'Art ménager	Abbé Arm. BEAUREGARD
130. Le Domaine rural canadien	Georges BOUCHARD
131. Les Paysans de France	Georges BOUCHARD
132. La Jeune Fille et les œuvres de charité	R. P. Adélar DUGRÉ, S. J.
133-134. Pour et contre le tabac	R. P. Pierre FONTANEL, S. J.
135. Vers l'émancipation économique	G.-E. MARQUIS
136-137. Le Travail de nuit dans les boulangeries	XXX
138. Expansion industrielle dans le Québec	G.-E. MARQUIS
139. Le Logement et la santé	R. P. Pierre FONTANEL, S. J.
142. L'Education de la Justice	R. P. Louis LALANDE, S. J.
143. Abolitionnisme ou Réglementation	R. P. J. SALSMANS, S. J.
144. L'Actionariat syndical	Max. TURMANN
145-146. Le Conseil national d'Education	C.-J. MAGNAN
Jeunes d'autrefois. Jeunes d'aujourd'hui	R. P. Maurice H.-BEAULIEU, S. J.
Eclaireurs canadiens-français	R. P. Adélar DUGRÉ, S. J.
50. La Pulpe et le Papier	R. P. Pierre FONTANEL, S. J.
L'Atelier syndical fermé	Alfred CHARPENTIER
L'Effort économique de notre race	Rodolphe LAPLANTE
57. La Forêt canadienne	R. P. Pierre FONTANEL, S. J.

Notre relèvement économique

par le R. P. ARCHAMBAULT, S. J.



Notre situation économique

Tout peuple doit être maître de ses institutions. C'est une condition essentielle de son progrès, de sa vie même.

Institutions politiques et culturelles, institutions économiques aussi.

En régime démocratique, un peuple, pour grandir et se développer, doit pouvoir se gouverner lui-même, choisir librement ses représentants, leur dicter la conduite qu'ils tiendront.

Il doit pouvoir procurer à ses enfants une éducation conforme à ses aspirations, les élever dans leur religion et leur langue, les attacher aux coutumes et traditions nationales.

Mais ces avantages, si précieux soient-ils, seraient vains si dans le domaine économique ce peuple était asservi, s'il était l'esclave d'un autre peuple.

Il lui manquerait la richesse, élément nécessaire de son expansion, de son développement matériel, voire intellectuel. Il lui manquerait cette puissance que confèrent les forces économiques et qui exerce sur la vie même de la nation une influence souvent prédominante.

Mais comment ces forces se constituent-elles ? Le commerce et l'industrie sont deux de leurs sources principales. Dans une remarquable étude que publia en novembre 1918 *l'Action française*, M. Édouard Montpetit indiquait à ses compatriotes leur devoir sur ce double terrain. Il recommandait un effort résolu vers la création d'industries nouvelles par une meilleure utilisation des matières

premières qui forment la plus grande partie de nos exportations, et vers l'organisation de nos commerces de gros et de détail auxquels il faudrait une base plus moderne, plus rémunératrice.

Trois ans plus tard, en inaugurant l'enquête organisée par *l'Action française*, le clairvoyant économiste revenait à la charge.

« Un peuple, écrivait-il, doit s'adapter aux conditions qui l'entourent; et une minorité meurt qui n'agit pas. Vivre, c'est réagir, c'est combattre, c'est rétablir un équilibre. Nous n'avons pas de sort à subir, mais une histoire à poursuivre. Pas un moyen légitime qui soit à négliger. Le geste accompli par les nôtres sera renouvelé: les forces que l'on met en action parmi nous et grâce à nous, nous les possédons si nous en détenons l'origine. Attendrons-nous que l'on nous ait dépouillés lentement d'un gain dont nous pourrions tirer plein parti? Négligeons-nous, par un ascétisme injustifiable et dangereux, le vaste champ qui nous fut remis en partage? Renoncerons-nous à l'indépendance économique, possible actuellement dans de modestes limites, élargie avec les années, grandie jusqu'à la conquête avec un peu de ténacité? Le passé réclame de nous le progrès. L'action positive et disciplinée n'est pas une renonciation mais une continuité vers le mieux. Notre tâche serait-elle terminée? Nous avons des choses, beaucoup de choses à faire: affermir, instruire, secourir, produire, manifester, vaincre, rayonner. Une étude superficielle de notre situation révèle des insuffisances qui sont des périls. Et presque toujours pour une misérable question d'argent; de cet argent que d'autres empochent et que notre travail frappe à l'effigie des princes. L'enrichissement progressif, disséminé plutôt qu'accumulé dans les mains du petit nombre, la fortune et non le milliardisme, nous paraît être, dans les bornes

que ces lignes achèvent de marquer, un des devoirs de l'heure¹. »

Et M. Montpetit ajoutait: « Nous sommes deux millions; et nous avons les mêmes besoins: l'alimentation, le vêtement, le logement. Tenons aussi compte, — cela importe, — des besoins plus relevés: intellectuels, artistiques, moraux.

« Or, il se trouve que nombre de ces besoins sont satisfaits par d'autres que nous-mêmes; et que, là où nous avons voulu nous en donner la peine, nous avons parfaitement réussi à les satisfaire. Dès lors, l'action est indiquée. Développons d'abord les industries de première nécessité, comme nous avons fait pour une très faible partie de l'alimentation, pour le vêtement et la chaussure, pour les matériaux de construction. Substituons nos produits. Ce sera de bonne concurrence, et sans scrupule². »

Ces conseils ne sont pas tombés en terre stérile. Dans le commerce et dans la petite industrie, sinon dans la grande, l'effort demandé s'est peu à peu réalisé. Nos écoles spécialisées: l'École Technique, l'École du Meuble, l'École des Hautes Études, ont largement contribué à ce renouveau. Elles ont créé les compétences, l'élite nécessaire au succès.

Mais pour qu'un tel effort donne tout son rendement, pour qu'il nous assure cette indépendance économique vers laquelle il tend, la collaboration de la masse s'impose. De quelle façon particulière? M. Montpetit le dit en une petite phrase, grosse de sens et de conséquences: « Cela implique que nous achèterons des nôtres. »

Grave question qui demande d'être traitée à fond.

1. *L'Action française*, 1921, p. 18. — Dans la même enquête, M Antonio Perrault a bien établi que cette acquisition des richesses ne devait pas se faire au détriment de notre vie française et catholique, qu'elle lui restait entièrement subordonnée.

2. *L'Action française*, 1921, p. 12.

L'achat chez les nôtres

C'est une vérité évidente: nous aurons beau multiplier les établissements industriels et commerciaux, à quoi cela servira-t-il s'ils n'ont pas de clients. Ils feront faillite, ils disparaîtront, les uns après les autres, et notre peuple, loin d'y avoir gagné, sera plus pauvre, plus asservi qu'auparavant.

Le client, voilà donc le grand facteur de succès dans l'industrie comme dans le commerce. De lui dépend leur vie, sur son concours repose leur prospérité.

Or, le marchand et l'industriel canadiens-français du Québec ne peuvent compter, sauf de rares exceptions, que sur le client de leur nationalité. Sans sa collaboration, ils ne sauraient prospérer.

D'abord il constitue le nombre. Et ce n'est pas la petite minorité de clients d'autres nationalités, — nous citons des chiffres un peu plus loin, — qui pourrait permettre à notre industrie et à notre commerce de progresser.

Cette minorité, en outre, par un sentiment que nous sommes loin de condamner, a pour habitude d'encourager les siens. Rares sont, par exemple, les Anglais qui achètent chez les Canadiens français; plus rares encore les Juifs. Ils ont comme principe d'aider leurs compatriotes. Ils s'y croient tenus par solidarité nationale. Là est un des principaux facteurs de leur prospérité.

Cette politique, — qu'on l'appelle « achat chez nous » ou de tout autre nom, — pourquoi ne l'adopterions-nous pas nous-mêmes? Contenue dans de sages limites, elle peut être considérée comme un vrai devoir.

Devoir social d'abord. Un des conférenciers les plus appréciés des Semaines sociales de France, M. Maurice Deslandres, disait à Saint-Étienne, en 1911:

« Le devoir social ne doit pas seulement diriger notre argent vers certaines choses et le détourner d'autres, il doit aussi nous diriger vers certains fournisseurs.

« Et tout d'abord parce que notre argent est une semence de prospérité et de vie nous devons le réserver pour le répandre sur ceux envers qui nous lient des rapports et des devoirs particuliers.

« C'est à ce titre que nous devons préférer les produits français aux produits étrangers, c'est ainsi que, si nous habitons une ville de province, nous devons, en principe, réserver aux commerçants de notre ville notre clientèle.

« Un devoir de justice, au sens large du mot, nous y oblige. Nous profitons de la prospérité de notre pays, de la ville que nous habitons, nous en recevons d'incomparables services. Il est donc juste que nous travaillions à développer une prospérité qui nous sert. Il y a des gens qui n'estiment que ce qui vient de l'étranger, il en est qui font blanchir à Londres leur linge, il en est qui ne mangent que du chocolat suisse, ils manquent au devoir de réciprocité dans les services ¹. »

Mais c'est surtout un devoir national. Sans cette politique, en effet, notre commerce et notre industrie, comme nous l'avons vu plus haut, ne pourront se développer et sans ce développement il nous sera impossible de conquérir l'indépendance économique, nécessaire au progrès de notre nationalité, voire à sa survivance.

« Autour de nous, a écrit l'abbé Lionel Groulx, tous les peuples, tous les groupes ethniques, anglo-saxons, juifs, pratiquent instinctivement la solidarité économique. Les raisons ne manqueraient pas aux Canadiens français de pratiquer autant que les autres, à tout le moins, cette sorte d'entraide. Ils n'ont pas le droit d'ignorer qu'en portant leur appui ou leur argent à des industries ou à des maisons de commerce étrangères, ils ferment non seulement l'avenue du succès mais même l'accès du travail à leurs fils et à leurs filles. Ils ne peuvent ignorer non plus

1. *Semaine sociale de France*, VIII^e session, Saint-Étienne, 1911, p. 407.

qu'en se privant de la puissance financière, ils compromettent leur vie spirituelle, ils édifient des dictatures qui pèseront lourdement sur leur vie, accroîtront chez le petit peuple sa mentalité de vaincu. Le peuple canadien-français doit ou devrait savoir ces vérités, car elles sont pour lui le salut public. »

C'est pour avoir été mal compris que le mouvement de « l'achat chez nous » a pu être critiqué par des hommes de bonne foi. On reprochait par exemple à ses promoteurs de lancer une croisade contre les marchands d'autres nationalités, ou encore d'imposer aux nôtres une politique ruineuse en les forçant d'acheter à des prix trop élevés. C'est dénaturer le mouvement tel qu'il a été conçu et qu'il se poursuit actuellement. Un de ses chefs s'en est expliqué clairement :

« Quoique victimes des circonstances politiques qui ont marqué notre histoire depuis cent cinquante ans, nous n'en sommes pas moins responsables dans une certaine mesure de notre situation actuelle. Si nous avons eu la fierté qu'ont la plupart des autres races, si nous avons développé chez nous le sens de la coopération, de l'encouragement mutuel, en d'autres termes si nous avons visé par nos achats à conserver le plus possible nos capitaux chez nous, notre situation économique aurait été de beaucoup plus solide qu'elle l'est devenue.

« C'est là, en quelques mots, la raison d'être du mouvement de l'achat chez nous. En face des autres groupes ethniques qui ont le sens de la solidarité nationale, nous pouvons nous-mêmes développer le même esprit chez nous. Conservant nos propres fonds aux mains des nôtres, non seulement nous maintiendrons nos établissements actuels en opération, mais nous en ferons surgir d'autres nouveaux nombreux, assurant ainsi du travail à nos chômeurs et aux jeunes qui, chaque année, sortent de nos

maisons d'enseignement. Nous étendrons ainsi les débouchés nécessaires à nos agriculteurs et à tous ceux des nôtres qui sont engagés dans la production...

« Le mouvement d'achat chez nous n'a donc rien de xénophobe. Il ne s'attaque en rien aux autres groupes ethniques. Son mot d'ordre n'est pas un cri de guerre mais bien une formule de défense qui ne pêche en rien contre la justice. Il est juste que chacun encourage son frère d'abord, ses autres parents ensuite, puis ses compatriotes, chaque fois qu'il peut le faire sans sacrifier ses propres intérêts et ceux de ses dépendants. C'est pourquoi, dans l'ordre pratique, le mot d'ordre « *Achetons chez nous* » implique, à *prix et qualité égaux*, l'idée de préférence en faveur des produits et des marchands canadiens-français d'abord, des produits et des marchands d'autres nationalités de notre province ensuite. Et si nous ne pouvons pas trouver chez nous ce dont nous avons besoin, il est juste d'exiger un produit canadien plutôt que de nous satisfaire d'un article importé de l'étranger.

« Que les deux grandes nationalités qui forment la large majorité dans ce pays adoptent une telle ligne de conduite et chacune aura sa juste part de prospérité. On peut d'ailleurs affirmer que les Canadiens anglais pratiquent depuis toujours cette formule. C'est nous qui l'avions oubliée avec toutes les conséquences que l'on connaît ¹. »

Ces conséquences, en effet, sont graves et elles font une obligation à quiconque les constate de jeter un cri d'alarme et de rappeler à ceux qui l'oublie ce grave devoir de solidarité nationale. Notre faible voix n'est d'ailleurs ici que l'écho de paroles des plus autorisées. En 1935, dans sa conférence sur le devoir et la pratique du

1. Clarence HOGUE, *la Conquête*, n° 6, 1937.

patriotisme, S. Em. le cardinal Villeneuve déclarait: « Nous devons protéger notre vie économique. N'empêchons pas les autres de vivre, bien; mais nous avons le devoir de veiller à ce que les autres non plus ne nous empêchent point de vivre. A cette fin, il faut organiser les choses avec prudence et justice, mais en s'y prenant à temps et de loin. Là-dessus, reconnaissons-le, notre bilan est *lamentable*, et, pour peu que ça dure, il sera bientôt *désespéré*. Inertie, snobisme et aventure, aveuglement et lâchage y concourent énormément. Sans doute aussi, l'audace des compétiteurs de race étrangère y est pour beaucoup. Toutefois, je crois bien que certains mignons défauts à nous n'y sont pas pour rien, non plus, en particulier, la jalousie, l'individualisme, la négligence, le manque de vision, et partant un absolu défaut de sens social. »

Jugement sévère, mais combien juste! Les faits sont là qui viennent en confirmer l'exactitude.

Une enquête menée récemment par des hommes sérieux et dignes de foi a révélé une situation des plus alarmantes.

Chaque année les Canadiens français donnent:

\$33,500,000 aux compagnies étrangères d'assurance-vie;
5,800,000 aux compagnies étrangères d'assurance-feu;
11,500,000 aux fabriques de tabac à capital étranger;
20,000,000 aux épiceries-chaines à capital étranger;
30,000,000 aux étrangers fabricants de vêtements;
9,000,000 aux biscuiteries étrangères.

Et ce ne sont là que quelques exemples pris au hasard.

Avec un pouvoir d'achat d'un milliard de dollars, chiffres du *Financial Post*, nous versons chaque année un montant de 800 millions et plus aux maisons d'autres nationalités.

En 1930, a écrit Albert Nerviens, il y avait environ 450 épiceries en série (*chain stores*), c'est-à-dire anglaises, américaines ou juives, dans les trois villes de Montréal, Sherbrooke et Québec. Et chacune d'elles a vendu en moyenne trois fois plus que chacune de nos épiceries canadiennes-françaises, soit pour \$47,000 contre \$17,000.

En 1931, d'après le même économiste, nous avons perdu dans l'industrie

du tabac:	\$11,239,000
de la chaussure:	7,700,000
de la viande:	2,500,000
de la confiserie:	9,000,000
de la confection pour dames:	2,200,000

C'est-à-dire que si les nôtres avaient pratiqué l'achat chez nous, ces sommes seraient revenues à des Canadiens français.

En 1933, disait M. Démétrius Baril dans une conférence récente à la radio, Québec importait pour \$1,300,000 de légumes frais. Et il citait ces chiffres donnés jadis par l'ancien ministre de l'Agriculture, M. J.-L. Perron: importations annuelles d'œufs: \$12,000,000; de porc: \$5,000,000; de bœuf: \$2,000,000; de graines d'alimentation: \$15,000,000; de graines de semence: \$1,500,000, etc.

Son Éminence n'a-t-elle pas raison de qualifier cette situation de « lamentable », et pour peu que cela dure, de « désespérée ».

Un redressement immédiat s'impose. Il est déjà commencé. Mais il le faudrait plus intense, plus méthodique, plus général.

Et d'abord chacun devrait y prendre part. Ceux qui font de gros achats évidemment: les familles riches, les clubs, les hôtels, les maisons d'éducation, les communautés religieuses,— nous leur consacrerons le chapitre suivant,—

mais aussi chaque individu, quelle que soit la modicité de ses achats.

Le moindre geste compte ici, comme le démontre bien cette mise au point de la Ligue de l'Achat chez nous :

« Tous ceux qui s'intéressent à la restauration économique du groupe canadien-français insistent sur notre obligation morale d'encourager les nôtres, commerçants, industriels ou financiers; et le consommateur se demande quelquefois comment il peut participer efficacement à cette restauration, avec un pouvoir d'achat quelquefois réduit à son minimum, ou par une dépense de quelques sous pour un objet de valeur microscopique.

« Si le consommateur était seul et que son apport économique fût isolé, il aurait raison, car ce n'est pas un cinq sous ou même une piastre dépensée de temps en temps par un individu qui sauverait la situation.

« Il faut se rendre compte que ce consommateur n'est pas seul, il se multiplie à l'infini. Celui qui achète aujourd'hui, au prix de quinze sous, une livre de biscuits, ne doit pas oublier que, le même jour, des milliers d'autres personnes achètent la même chose, de sorte que la quantité globale des acheteurs d'un même produit exerce une influence incalculable sur l'importance de la fabrication de ce produit et sur le succès des établissements qui le mettent sur le marché...

« Nous pourrions citer de nombreux exemples pour illustrer cette démonstration :

« De 1929 à 1934, un seul magasin en série de 5-10-15 a réalisé annuellement une proportion d'environ \$2,800,000 de profits nets, en faisant tomber continuellement dans ses caisses des 5 cts et des 10 cts.

« Les Compagnies de Tramways perçoivent quelques sous seulement pour le prix d'un passage. Un billet de tramway, seul, ne vaut guère, mais si vous additionnez le nombre des billets que la Compagnie perçoit, chaque jour,

chaque mois et chaque année, vous savez, sans qu'il soit nécessaire de produire des statistiques, que vous atteignez des millions, formés des 7 sous qui s'accumulent dans la même caisse. »

La femme surtout doit se mettre en garde ici contre un double danger: l'attrait des « ventes d'occasion » dont jouent plus qu'à leur tour, pour leur grand profit, certains marchands étrangers, et le snobisme qui pousse nos dames de la haute société à n'acheter que dans les grands magasins anglais. Préjugé tenace, mais préjugé quand même, qui veut qu'on ne trouve que là des objets de bonne qualité.

Il suffirait de quelques femmes décidées et influentes pour établir rapidement une opinion et un courant contraires. Nous verrons plus loin à quelles conditions nos marchands pourraient compter sur un tel concours¹.

Le catalogue exerce aussi une bien funeste influence. Venu des grands magasins anglais, reçu dans tous les foyers à la campagne, loin des grands centres, il offre des facilités d'achat auxquelles bien peu résistent. Un service parfait vient ajouter son attrait.

L'emploi du même procédé par quelques-unes de nos maisons reste le meilleur antidote, surtout s'il est appuyé par nos revues et nos organisations agricoles.

1. Il est surtout question dans ces pages du marchand, mais la logique demande qu'on agisse de même avec l'industriel, le constructeur, le financier, voire les hommes de professions libérales, comme il est dit à la page 30.

Les communautés religieuses

Si le pouvoir d'achat des simples individus ne peut être négligé, à plus forte raison celui des collectivités. Leur devoir est non moins pressant. Et leur responsabilité s'accroît du nombre qu'elles représentent et de l'influence dont elles disposent.

Entre tous ces groupes, les communautés religieuses occupent une place de choix. Elles sont une des gloires du Canada français, une de ses forces aussi. On ne saurait calculer les services éminents qu'elles rendent dans tous les domaines: enseignement, charité, hospitalisation, service social, etc.

Toutes nos villes possèdent plusieurs maisons religieuses. Montréal à lui seul en compte près de quatre cents. Sans être toutes d'égale importance, la plupart sont assez considérables. Tel pensionnat, par exemple, groupe cinq cents élèves; telle maison mère, sept cents religieuses; tel hôpital, quatorze cents personnes.

On peut juger aussitôt quel puissant facteur de vie économique les communautés constituent. M. Arthur Saint-Pierre l'a établi en chiffres clairs dans son intéressant ouvrage: *l'Œuvre des Congrégations religieuses de charité dans la province de Québec*.

Ce facteur, dont l'influence peut assurer aux nôtres la suprématie dans le commerce et l'industrie, on est en droit de compter qu'il s'exercera en leur faveur. Sorties pour la plupart de notre peuple, ou au moins y ayant recruté leurs nombreux sujets, vivant de sa sympathie, de son appui, souvent même de son aide pécuniaire, nos communautés devraient se trouver heureuses de pouvoir contribuer efficacement à sa survivance et à sa prospérité.

Nous pouvons affirmer qu'il en est ainsi. Si la pratique cependant ne répond pas toujours à ces sentiments,

c'est que des concurrents habiles ont su exploiter contre les nôtres diverses circonstances d'ordre matériel.

Je me suis hasardé, en 1933, à faire une petite enquête. J'ai écrit personnellement à environ soixante des plus importantes maisons religieuses de Montréal. Ma démarche n'était pas trop indiscreète. Après leur avoir signalé la situation de plus en plus critique de l'industrie et du commerce canadiens-français, je leur posais simplement ces deux questions:

1° Y a-t-il des articles ou produits que vous ne pouvez vous procurer chez les Canadiens français ?

2° Pour quelles raisons ? (Manque de ces objets ? Qualité ? Prix ?)

Plus de la moitié répondirent. Toutes se disaient désireuses d'encourager les nôtres. Les unes — c'était le petit nombre — affirmaient qu'elles n'avaient aucune difficulté à trouver chez leurs compatriotes tout ce dont elles avaient besoin; les autres avouaient qu'il leur fallait recourir pour quelques articles à des fournisseurs étrangers et elles en donnaient les raisons: prix moins élevé, meilleure qualité et surtout absence de ces articles chez les nôtres. Indiquez-nous une bonne maison canadienne-française, ajoutaient plusieurs, où nous pourrions nous procurer ces articles, et nous serons heureuses d'y faire nos achats.

Une première et importante conclusion se dégagait de cette brève enquête: nos communautés religieuses comprennent, même en affaires, leur devoir de solidarité nationale et elles sont prêtes à le remplir. Nous n'en avons, pour notre part, jamais douté, mais d'en tenir ainsi la preuve nous apporta un singulier réconfort.

La deuxième conclusion, ce fut la nécessité d'un organisme qui pût établir nettement nos positions dans l'industrie et le commerce, signaler aux nôtres les entreprises qui font défaut et qu'il serait utile de créer ou

d'améliorer, et surtout mettre en relations vendeurs et acheteurs.

L'absence d'un tel organisme m'empêcha de répondre de façon vraiment pratique aux bonnes dispositions constatées. Aussi est-ce avec joie que j'en appris plus tard la création. Il en sera question plus au long dans un dernier chapitre. Je noterai simplement ici que j'ai voulu voir cette nouvelle institution à l'oeuvre avant de la juger, qu'elle m'a paru constituée de façon vraiment efficace, sur des bases d'ordre et de justice, et que son bon fonctionnement m'a décidé à reprendre en septembre dernier l'enquête de 1933.

J'ai donc écrit de nouveau aux communautés religieuses de Montréal et je leur ai posé les mêmes questions. Elles m'adressèrent à peu près le même nombre de réponses qu'en 1933. Les excellentes dispositions constatées alors existent encore. Elles sont générales. Quant à la situation de fait, elle paraît s'être un peu améliorée.

Les communautés qui ont recours à des fournisseurs étrangers restent cependant encore trop nombreuses. Et leurs raisons me semblent parfois plus apparentes que réelles. Si plusieurs, en effet, sont satisfaites de tel produit, de sa qualité, de son prix, pourquoi les autres ne le seraient-elles pas ? Il arrive aussi assez souvent qu'on déclare : « Pour tel article, il n'existe pas de fournisseurs canadiens-français. » Or, en fait, la communauté voisine en a un, qui la sert bien. Et même en feuilletant les listes de la Ligue de l'Achat chez nous, j'ai trouvé plus d'une fois qu'il en existait non seulement un, mais plusieurs.

Encore un coup, je ne mets pas en cause la sincérité de ces déclarations, je constate simplement que plusieurs communautés, parmi les mieux disposées, peuvent faire davantage pour aider les nôtres et que le travail entrepris par la Ligue de l'Achat chez nous va le leur permettre.

Dois-je ajouter qu'en agissant ainsi les communautés serviront leurs propres intérêts? La chose paraît évidente. Un laïc écrivait récemment:

« Il y a lieu de nous demander quel est l'avenir réservé à nos communautés si les Canadiens français perdent leur commerce et leur industrie. Qui se chargera de leur assurer alors l'appoint financier nécessaire pour durer matériellement? Ne l'oublions pas, les Canadiens français représentent plus des deux tiers de la population catholique du pays et plus de 80% de la population catholique de la province de Québec. Que l'on consulte les statistiques fédérales et on réalisera l'importance de développer, même au prix de sacrifices, la force économique des Canadiens français pour assurer l'avenir des institutions religieuses. Relisons l'histoire religieuse de l'Angleterre. Nous constaterons alors l'influence de l'économique sur la vie des institutions religieuses anglaises. Prospères avant Henri VIII, elles subirent le sort des catholiques qui avaient été dépossédés et à qui on prohibait non seulement la richesse, mais à qui on enlevait les moyens de gagner. Si aujourd'hui la prospérité des institutions catholiques d'Angleterre est à la hausse, elle coïncide avec l'augmentation de la fortune des catholiques anglais dont elle dépend. Les mêmes causes auront les mêmes effets chez nous...

« Pourrions-nous blâmer l'indifférence qui pourra se développer chez nos hommes d'affaires concernant le maintien de nos institutions s'ils croient que l'argent qu'ils pourraient donner servira à aider leurs concurrents, qui, eux, ne contribuent pas au maintien de nos institutions, même les combattent parfois? »

Mais voici un argument de plus grande portée encore. C'est qu'en encourageant les nôtres, les communautés répondent aux directives des plus hautes autorités ecclésiastiques. Il n'est pour s'en convaincre que de lire ces lignes

que S. Ém. le cardinal archevêque de Québec adressait, en 1934, au clergé et aux communautés religieuses de son diocèse:

« L'amour de sa patrie, de la patrie considérée en ses divers éléments en quelque sorte concentriques, famille, parenté, nationalité, village, province, état, avec toutes les subordinations et les nuances que suggère l'ordre de la dilection, entre aussi dans les déterminations de l'objet du sens social. Tous ont à cet égard des devoirs. Les nôtres, clercs et religieux, ne sont pas les moins sérieux, comme on aurait pu le lire dans un article de *la Terre de chez nous* du 31 août 1932, intitulé « Notre Foi, notre langue... est-ce tout ? » Je m'en inspire dans les lignes qui suivent.

« Les statistiques démontrent que, dans la province, le pourcentage des chômeurs catholiques ne peut se comparer à celui des autres dénominations religieuses. Une enquête paraît en avoir révélé la cause. C'est que protestants, et surtout juifs et francs-maçons, ont un sens de solidarité sociale qui fait défaut le plus ordinairement aux nôtres. Tant de motifs pourtant devraient nous l'inspirer. Pour la plupart, les religieux et les membres du clergé comprennent cette nécessité de l'appui mutuel que doivent se prêter les catholiques entre eux, et ils patronnent les maisons d'affaires et les entreprises des catholiques. Plusieurs curés clairvoyants et patriotes dirigent même, sur ce point, avec le tact et la discrétion convenables, leurs paroissiens. Toutefois, il existe des exceptions. Il n'est pas si rare de voir prêtres et religieuses visiter les marchands protestants, juifs, et francs-maçons, et les encourager de leurs achats. Pourtant, les œuvres confiées au clergé et aux communautés l'ont été avec les deniers des catholiques; pourquoi, s'il m'est permis de répéter la formule employée, « cet argent catholique va-t-il retomber dans une caisse protestante » ? N'est-ce point d'ailleurs

par un sens social très avisé que l'Église a toujours suspecté les relations avec les étrangers à notre foi, même dans les matières d'ordre civil ? La population catholique vénère ses prêtres et ses religieux. Leurs gestes, leurs paroles, leurs actes sont constamment proposés à l'imitation commune. Cet exemple des membres du clergé et des communautés religieuses qui favorisent les comptoirs des maisons de commerce dont les directeurs sont des non-catholiques est néfaste. Les éducateurs surtout ont le devoir d'orienter et de diriger autrement la jeunesse. Sans fanatisme, sans aigreur, aidons-nous les uns les autres. Si tous s'y employaient, puisque nous sommes le nombre, et que nos institutions religieuses, nos hôpitaux, nos maisons d'éducation sont à nous, nous pourrions résoudre par l'esprit de solidarité bien des problèmes aigus. C'est un point sur lequel il y a lieu de réfléchir.

« Ainsi, d'une façon réservée, mais dans une feuille publique, écrivait-on à notre endroit. N'attendons point que les avertissements nous soient donnés plus vertement. Je veux bien, comme je l'ai dit ailleurs, qu'il y ait des cas difficiles, des circonstances auxquelles on ne peut s'arracher. Au moins faut-il que ces cas et ces circonstances ne nous fassent pas perdre de vue les résultats définitifs...

« Évidemment, il ne faut pas pratiquer un boycottage stupide. Mais est-il défendu d'avoir du flair et de songer au bien commun ? Des hommes d'affaires en font souvent la réflexion : si, dans la province, le clergé et les communautés soutenaient raisonnablement les nôtres, notre armature économique serait invulnérable et pourrait défier toute concurrence. »

La citation est longue. Mais elle vaut son pesant d'or. Ne devrait-elle pas dissiper tous les arguments contraires et établir dans les esprits une conviction décisive et agissante ?

On pourrait faire cependant une objection: Son Éminence parle des catholiques, non des Canadiens français. Répondons d'abord que dans la première phrase de ce texte, il est question de nationalité, et ensuite, puisqu'il s'agit de la province de Québec, que si on veut acheter chez des catholiques, il faudra presque toujours acheter chez des Canadiens français. Les fournisseurs d'autres nationalités sont, sauf de très rares exceptions, des protestants ou des Juifs ¹.

Notons, en terminant, que les Constitutions synodales du diocèse de Montréal, publiées en 1938, contiennent un article qui donne les mêmes directives. Le voici:

ART. 102. SENS SOCIAL.—1. *Les communautés religieuses doivent, en justice, payer à leurs employés un salaire raisonnable.*

2. *Elles manifesteront leur sens social en favorisant les associations syndicales et professionnelles qui s'inspirent de la doctrine de l'Église. (Cf. art. 127.)*

3. *Elles encourageront aussi les maisons d'affaires et les entreprises catholiques, qui comptent à bon droit sur elles pour se développer et grandir et qui, par un juste retour des choses, soutiennent les œuvres de charité.*

1. Voici quelques statistiques qui nous éclaireront à ce sujet. Elles nous viennent d'Ottawa.

Nationalité	Population de la province de Québec	Catholiques dans la province de Québec	Pourcentage des catholiques
Canadiens-français	2,270,059	2,256,817	91.21%
Irlandais	108,312	69,654	2.70%
Anglais	234,739	46,736	1.80%
Écossais	87,300	15,124	0.61%

Devoirs des industriels et des marchands

« Le mot d'ordre *achetons chez nous*, avons-nous lu plus haut, implique à *prix et qualité égaux* l'idée de préférence en faveur des produits et des marchands canadiens-français. »

Et ceci nous amène à parler des devoirs du vendeur, ou, pour mieux dire, des producteurs et surtout des marchands. Plus d'une communauté religieuse, dans ses réponses, a attiré notre attention sur ce point. Ce serait pour avoir négligé ces devoirs que bon nombre de fournisseurs auraient perdu leur clientèle.

Et d'abord les articles mis en vente doivent être de bonne qualité ou, tout au moins, de la qualité indiquée. L'honnêteté professionnelle l'exige. C'est tromper l'acheteur que de lui vendre un objet en voilant sa vraie nature, en majorant sa valeur ou en cachant ses défauts. De tels procédés, d'ailleurs, ne paient pas. On perd vite la confiance du client. Il suffit que plusieurs vendeurs de même nationalité agissent ainsi, pour ruiner la réputation de tout leur groupe ethnique. Sans doute, une marchandise peut avoir divers degrés de pureté ou de fraîcheur, mais qu'on l'indique franchement alors et qu'on n'offre pas un article de la classe B comme étant de la classe A. Les communautés se montrent particulièrement sensibles sur ce point. Leurs achats sont considérables. Trompées une fois, elles ne voudront pas courir le risque de l'être une deuxième fois.

Le prix aussi entre en ligne de compte. Il faut qu'à qualité égale nos marchands puissent vendre au même prix que leurs concurrents étrangers. J'entends évidemment les concurrents honnêtes. Et c'est une considération que les acheteurs ne doivent pas oublier. Ne se laissent-ils pas trop facilement prendre par des « ventes sensationnelles », par des « réductions considérables », par des

« prix de faveur » qui souvent cachent quelque fraude ou fourberie ?

Voici un fait absolument authentique. Un boucher canadien-français recherchait la clientèle d'une importante communauté religieuse. Il lui fit des propositions aussi favorables que possible. On les trouva moins avantageuses que les « prix de faveur » du fournisseur habituel, qui était d'une autre nationalité. « Il vend alors à perte, se dit notre homme. C'est inexplicable. » Or, un jour qu'il revenait à la charge, en compagnie d'un ami de la communauté, l'économe leur montra, pour les convaincre, la dernière facture. Telle quantité livrée, tel prix. S'ils ne l'avaient pas vu, ils ne l'auraient pas cru, tellement le prix était bas. Mais l'ami eut une idée. « Pesez-vous votre viande ? demande-t-il à l'économe. — Pas ordinairement, nos fournisseurs sont des hommes de confiance. — Votre dernière livraison est intacte ? — Oui, je viens de la recevoir. — Nous feriez-vous la faveur de la peser avec nous ? »

Or, vérification faite, sur 2,000 livres, il en manquait 362! Mais que n'a-t-on pas révélé en fraudes de ce genre à l'enquête Stevens!

Il s'agit donc de concurrents honnêtes. Les nôtres doivent pouvoir vendre au même prix¹. Qu'ils rognent un peu, s'il le faut, sur leurs bénéfices; qu'ils voient à éliminer toute dépense inutile. Car le principe établi par la Ligue de l'Achat chez nous est inflexible et il nous semble juste: préférence aux nôtres *à qualité et à prix égaux*.

M. Clarence Hogue a bien exposé la question dans les lignes suivantes:

« Le devoir primordial du consommateur canadien-français, c'est d'abord de s'assurer s'il peut se procurer

1. Nous entendons, avons-nous besoin de le dire, le prix courant, non un prix spécial consenti par exception, pour obtenir, par exemple, la clientèle d'une grosse communauté.

chez les siens ce dont il a besoin. Si nous obtenions, demain, ce petit effort de chacun de nous, notre commerce serait sauvé, nous verrions bientôt renaître une véritable industrie canadienne-française et nos cultivateurs deviendraient prospères. Cet effort, nos marchands peuvent l'obtenir.

«
Pouvons-nous demander plus du consommateur ? Je ne le crois pas. Et notre relèvement économique ? Mais il ne faut pas oublier qu'on ne doit pas léser les intérêts des uns, leur droit d'obtenir le plus possible pour leurs familles, surtout si leurs revenus sont limités,— et c'est le cas de tous,— pour assurer une vie plus facile à d'autres. Le relèvement économique ne vise pas seulement à créer un commerce et une industrie prospères, mais le plus d'aisance au plus grand nombre. Et l'aisance repose sur la qualité de ce que nous obtenons comme sur le pouvoir d'achat de notre salaire. Ce serait demander un trop grand sacrifice que de consentir à obtenir moins et moins bon sous prétexte qu'il faut encourager les nôtres. Il appartient à nos producteurs et à nos marchands de faire aussi bien que leurs concurrents.

«
D'ailleurs, voudrions-nous induire notre population à faire ces sacrifices que nous ne l'obtiendrions pas. Il est donc inutile de dépenser notre énergie en ce sens. Mieux vaut chercher pour chacun le moyen de répondre aux besoins des consommateurs, des clients. Dans le cas du marchand moyen et petit, de celui qui vit de la clientèle environnante, ce qu'il doit chercher, c'est d'attirer chez lui toute cette clientèle, même si pour cela il doit faire lui-même un assez grand sacrifice. Il vaut mieux sacrifier une partie de son bénéfice pour avoir des clients que de vouloir faire tant pour cent et voir les clients aller ailleurs ou de n'avoir qu'une fraction de ceux que nous pourrions nous assurer autrement. Le volume compensera largement la diminution du bénéfice pour chaque opération. »

Un autre devoir du marchand, c'est de pratiquer lui-même ce qu'il prêche, ce qu'il veut voir mettre en pratique par le consommateur : l'achat chez les nôtres. Il ne pourra pas vendre seulement des produits de chez nous, c'est entendu, mais le principe exposé plus haut devrait valoir pour lui comme pour ses acheteurs : préférence aux nôtres à qualité et à prix égaux.

« Les consommateurs sont très mal impressionnés lorsque, demandant à nos marchands des produits de chez nous, ceux-ci déclarent ne pas les avoir et s'empres- sent d'en diminuer la valeur, tant pour expliquer leur indifférence que pour induire le client à acheter les produits qui ne sont pas de chez nous. Cette mauvaise habitude de présenter nos marchandises comme étant inférieures aux autres, ou de déprécier le service de nos établissements de gros ou de nos fabricants, a développé dans la masse la conviction qu'en affaires nous sommes inférieurs aux autres. N'oubliez pas que le consommateur discerne difficilement les exceptions. Indirectement, vous contribuez, par vos paroles, à vous diminuer à ses yeux. Plus vous reconnaissez la valeur de nos maisons dans le domaine du commerce, plus vous travaillerez à la bonne réputation de votre propre magasin. » (Extrait d'une circulaire de l'Achat chez nous adressée aux marchands.)

M. Montpetit observait finement qu'on pouvait étudier sur place la géographie de l'Ontario en visitant la plus modeste de nos épiceries. Combien cela est vrai, et non seulement dans ce domaine, mais dans beaucoup d'autres.

Honnêteté, prix raisonnables, patriotisme, ajoutons aussi service parfait, c'est-à-dire affabilité, ordre, propreté...

Les grandes maisons anglaises nous donnent l'exemple sur ce point. Leur prospérité leur permet sans doute

de veiller aux moindres détails, mais n'est-ce pas précisément le souci de ces détails qui, pour une bonne part, a fait leur fortune? On remarque, en tout cas, dans la plupart de ces maisons, une discipline stricte qui prévient le laisser-aller et les manques d'attention. Le client est toujours bien accueilli; s'il surgit quelque difficulté, on s'efforce de la régler en sa faveur. Bref, le mot d'ordre est de le servir le mieux possible.

Est-ce parce que les commis des maisons anglaises seraient mieux payés qu'on leur reconnaît souvent une meilleure tenue, plus de savoir-faire et d'affabilité? C'est la question que me posait un ami à qui je faisais lire ces pages. Je ne saurais répondre. Mais, chose certaine, c'est que lésiner sur les salaires ne peut que nuire à nos marchands et à nos industriels. Qui veut un bon service, le service non d'une machine ou d'un esclave, mais d'une personne humaine vouée tout entière à sa besogne, doit en payer le prix. Tel est l'enseignement de l'Église. Les catholiques devraient être les premiers à l'observer.

Un fournisseur attentif à ces devoirs est assuré de réussir. Il aura la clientèle de ses compatriotes et peut-être même quelques clients d'autres nationalités¹.

1. On est parfois plus sévère, il faut bien l'avouer, pour les siens que pour les autres. Au premier manquement on les condamne, on les abandonne sans même les entendre. Mais à qui n'arrive-t-il pas de faire quelque erreur? La Ligue de l'achat chez nous demande avec raison à ses membres, comme nous le verrons bientôt, de ne pas exiger plus des nôtres que de leurs concurrents, et de ne pas délaïsser une entreprise de chez nous avant d'en avoir fait connaître la raison à son propriétaire. Il se peut que le grief soit imaginaire, ou de moindre importance qu'on ne l'avait cru, ou encore qu'il provienne d'un malentendu ou d'une cause dont le fournisseur n'est pas responsable.

Le cas des voyageurs de commerce

Mais voici une objection qui ne peut être passée sous silence.

Cette pratique de l'achat chez nous, si elle aide nos marchands, ne nuira-t-elle pas à un autre groupe de notre nationalité des plus intéressants, les voyageurs de commerce? Un bon nombre d'entre eux servent d'intermédiaires entre des maisons anglaises et la clientèle de langue française. Plusieurs commis aussi sont à l'emploi de ces maisons et en retirent, comme les voyageurs, de bons salaires.

Ces remarques sont justes. Quelques communautés religieuses les ont faites dans leurs réponses. Il en est même qui ont déclaré: « Si nous achetons de maisons anglaises, c'est pour encourager leurs voyageurs et leurs commis canadiens-français. Sans nous ils perdraient leur emploi et il nous semble qu'en agissant ainsi nous remplissons notre devoir de solidarité envers les nôtres. »

Envers quelques-uns des nôtres, soit; envers les nôtres considérés comme collectivité, comme nationalité, non, évidemment; car cette attitude, ainsi que nous l'avons démontré, nuit à notre groupe ethnique, à son indépendance économique. Et ceux qui en bénéficient principalement, ce ne sont ni le voyageur de commerce ni le commis, au service de la maison anglaise, mais bien le propriétaire de cette maison.

Ceux-ci, cependant, méritent qu'on s'arrête à leur cas, qu'on l'étudie avec sympathie.

Il est vrai que le résultat immédiat de l'achat chez nous pourrait leur être nuisible, peut-être même faire perdre à quelques-uns leur emploi. Mais la diminution d'affaires chez leur patron se traduira par une augmentation chez son concurrent canadien-français. Et cette augmentation exigera nécessairement un personnel plus nombreux

parmi lequel ils pourront trouver place et où ils auront des chances d'avancement auxquelles leur premier emploi ne leur permettait même pas de songer.

C'est là une conséquence naturelle de l'achat chez les nôtres. Nous pourrions nommer telle de nos maisons qui n'avait que sept voyageurs en 1932 et qui en compte maintenant vingt-huit.

Je ne dis pas que ce rajustement se fera du jour au lendemain; mais avec des organismes appropriés — telle la Ligue de l'Achat chez nous, — ces cas de voyageurs devraient se régler sans trop de difficulté. L'expérience a d'ailleurs déjà prouvé qu'il en était ainsi.

J'ai connu pour ma part un agent d'assurance qui était gérant provincial à Montréal d'une importante compagnie anglaise. Il remplissait sa charge avec succès. On lui annonce un jour qu'on va le remplacer par un anglophone. Il s'étonne, il défend sa cause, il demande les raisons d'un tel acte. N'a-t-il pas toujours bien servi ses patrons? Est-ce juste de le jeter ainsi sur le pavé? Rien n'y fait. Il doit céder sa place, non parce qu'il a démérité, mais parce qu'il est de langue française. Il part à regret, inquiet de son avenir. Heureusement, une compagnie canadienne-française l'engage. Au bout de quelques mois il faisait de grosses affaires et se déclarait le plus heureux des hommes. Il pouvait enfin travailler pour les siens, contribuer au progrès de sa nationalité.

C'est le sort, je n'en doute pas, qui attend plusieurs de ceux que les circonstances ont amenés à prendre de l'emploi dans des maisons anglaises. Celles-ci tendent de plus en plus à réduire, sinon à éliminer complètement leur personnel de langue française.

Disposons, avant d'aborder un nouveau chapitre, d'une dernière objection.

Ce mouvement de l'achat chez nous pourrait déterminer un courant semblable chez les acheteurs d'autres

nationalités. Et comme nous sommes une minorité, c'est nous en définitive qui en souffririons. Ce raisonnement ne me paraît pas juste. Minorité dans le Canada, nous sommes cependant la majorité dans la province de Québec. Et à s'exercer sur ce territoire,— car c'est de lui qu'il s'agit actuellement,— cette pratique ne nous fait courir aucun risque.

Les statistiques nous apprennent que nous exportons peu dans les autres provinces, beaucoup moins en tout cas que l'Ontario, par exemple, n'exporte dans le Québec. Avant de décréter des représailles, les marchands ontariens y penseront à deux fois, car une telle mesure pourrait leur être plus nuisible qu'utile. Ils s'efforceront plutôt, suivant leur méthode, d'améliorer encore leur service, d'augmenter leur publicité, etc. C'est ce qu'ils font d'ailleurs déjà.

Quant aux quelques produits du Québec qui ont pu pénétrer dans les autres provinces, il le doivent soit à leur supériorité, soit à leur bas prix. Tant qu'ils garderont ces qualités, ils conserveront leurs clients extérieurs, quelle que soit l'attitude des acheteurs canadiens-français envers les maisons anglaises¹.

1. C'est un rêve, notait justement M. Georges Pelletier dans l'enquête de *l'Action française*, que de songer à une expansion considérable de notre industrie hors de la province de Québec.

La Ligue de l'Achat chez nous

Notre relèvement économique, avons-nous établi, dépend en grande partie du consommateur. Mais celui-ci n'apportera son concours que s'il est éclairé, guidé, stimulé. Tâche importante que seul peut accomplir un organisme approprié.

Or, cet organisme existe maintenant depuis plusieurs années. Et il joue un rôle efficace et bienfaisant. Il faut s'en réjouir, car sa tâche, tout en étant importante, nécessaire même, n'est pas en soi facile.

La question de l'achat chez nous est une question délicate. Elle peut porter facilement aux exagérations, aux injustices, aux animosités. La juste mesure est difficile en tout. Elle l'est particulièrement en cette question.

Or, les déclarations de la Ligue que nous avons déjà citées indiquent sa volonté bien nette de baser toute son action sur l'ordre et la justice, d'éviter tout acte inconsidéré ou provocateur, de ne jamais se départir d'une politique de saine raison inspirée par un patriotisme éclairé.

Son principe: « La préférence aux nôtres à *qualité et à prix égaux* », était déjà une garantie de bon équilibre. Elle l'a repris cependant pour le rendre encore plus sévère, si je puis dire, pour fermer la porte à toute fausse interprétation comme à tout abus possible. Et ce principe s'énonce maintenant ainsi: « La préférence aux nôtres à qualité, à prix et à *service égaux*. »

Voici, d'ailleurs, en quels termes mesurés la Ligue expose elle-même sa raison d'être: « Qu'est-ce donc, au juste, que cette association? C'est l'union de toutes les bonnes volontés travaillant à la restauration de notre économie nationale. Ce n'est pas l'affaire d'un homme ou d'un groupe, mais celle de tous et de chacun. Ce n'est pas non plus une affaire montée en vue de faire de l'argent ou d'en extorquer au public canadien-français. *La*

Ligue de l'Achat chez nous ne demande ni ne vous demandera d'argent. Tout ce qu'elle attend de vous, c'est votre bonne volonté. Notre peuple doit se guérir d'un grave « bobo » national, celui de toujours trouver mieux ce que fait et vend l'étranger, alors que notre compatriote n'est inférieur à personne sous ce rapport. On oublie trop facilement ces deux grands principes chrétiens: « *Charité bien ordonnée commence par soi-même* », et: « *Ne fais pas à autrui ce que tu ne voudrais pas qu'on te fit à toi-même.* » Examinons-nous et corrigeons-nous de nos propres défauts. »

Dirigée par un Comité central, la Ligue a voulu y faire entrer des représentants de nos principales associations nationales afin de bénéficier de leurs conseils et de leur appui. En font partie actuellement les sociétés suivantes: l'Association catholique de la Jeunesse canadienne, l'Association Canado-Américaine, l'Association des Hommes d'affaires du Nord, les Chevaliers de Carillon, la Chambre de commerce des Jeunes, les Comités des lecteurs du *Devoir*, l'Est Central Commercial, la Fédération des cercles d'étude des Canadiennes françaises, la Fédération nationale Saint-Jean-Baptiste, les Jeunes-Canada, la Ligue d'Action nationale, la Ligue de la Jeunesse féminine, la Société Saint-Jean-Baptiste, l'Union catholique des cultivateurs.

Les membres de la Ligue sont groupés par sections, sections paroissiales autant que possible, groupement qui répond mieux que tout autre à nos traditions et à nos intérêts.

Chacun prend l'engagement suivant:

1. Acheter chez nous à prix, qualité et service égaux;
2. Exiger des produits des nôtres;
3. Ne pas exiger plus des nôtres que de leurs concurrents;

4. Ne pas délaissier une entreprise de chez nous avant d'en avoir fait connaître la raison à son propriétaire;
5. Prendre les précautions nécessaires pour ne pas se laisser induire en erreur par la publicité mensongère;
6. Donner entière satisfaction au client;
7. Coopérer en offrant et en acceptant avec bon esprit les suggestions propres à améliorer les affaires de chacun de nous;
8. Dans la mesure du possible, ne faire affaire qu'en français;
9. Propager ces principes d'action et leur obtenir des adhésions formelles.

Pour aider ses membres à tenir cet engagement, la Ligue les renseigne et les stimule. Chaque mois elle lance un mot d'ordre, adapté aux circonstances de temps et de lieu, qui rappelle le devoir à accomplir et en signale les applications pratiques et immédiates. Ainsi personne ne peut oublier ses promesses, personne ne peut dire: « Je ne savais comment les remplir. »

A ce mot d'ordre s'ajoutent des circulaires, répandues à des milliers d'exemplaires, et des articles de journaux exposant le vrai but de la Ligue, son esprit, ses avantages.

Voici le texte d'une de ces circulaires. On y remarquera l'ampleur de l'action préconisée par la Ligue.

Comment pratiquer « l'achat chez nous »

ACHETONS CHEZ NOUS. — *Ce mot d'ordre est dans l'intérêt des nôtres, à quelque classe qu'ils appartiennent.*

ACHETER CHEZ NOUS, *c'est d'abord exiger les produits naturels, agricoles et autres de notre province et, en particulier, ceux de nos compatriotes canadiens-français.*

ACHETER CHEZ NOUS, c'est faire tous ses achats, quand c'est possible, dans sa ville ou dans sa région; c'est encourager le marchand de chez nous.

ACHETER CHEZ NOUS, c'est utiliser les services des professionnels de sa paroisse ou de sa ville, médecins, avocats, notaires, dentistes, courtiers, etc.

ACHETER CHEZ NOUS, c'est donner la préférence aux produits de notre industrie à nous, c'est aussi traiter avec nos Caisses Populaires, avec nos banques, nos compagnies d'assurance et de fiducie, en un mot, avec toutes les institutions qui sont aux mains des nôtres.

Mais, ACHETER CHEZ NOUS, c'est aussi, pour nos professionnels, nos industriels, nos financiers, nos agriculteurs, nos marchands, pour nos commis et employés, c'est donner aux clients le meilleur service, leur assurer des produits de qualité égale à prix égaux à ceux des concurrents, c'est faire face à la concurrence en faisant toujours aussi bien que les autres.

C'est à cette condition seulement que la campagne de l'achat de chez nous pourra être un succès.

TOUS, consommateurs, marchands, producteurs, professionnels et employés, nous pouvons, chacun faisant ce qu'il doit faire, réaliser le relèvement économique des Canadiens français. Le vouloir, c'est nous sauver. Refuser de le faire, c'est être traître à sa race, parce que c'est contribuer à sa déchéance.

La Ligue publie aussi un feuillet, *la Conquête*, distribué gratuitement à vingt-trois mille instituteurs et professeurs. L'éducation des enfants lui a paru de la plus grande importance. Si elle réussit à leur inculquer ces principes, son but sera certainement atteint tôt ou tard. Des dictées, des analyses, des problèmes d'arithmétique font pénétrer

dans les jeunes cerveaux, sous une forme concrète et saisissante, l'idée maîtresse de la solidarité économique.

Un recensement commercial s'imposait au point de vue national. Les raisons sociales sont souvent trompeuses. Une formule française peut cacher des individus d'autres nationalités. Et il est des nôtres, trop nombreux, qui font affaire sous un nom anglais. Par ailleurs, tel manufacturier ou tel négociant, bien connu dans sa région, peut être ignoré dans une autre. La Ligue s'est efforcée d'établir des listes, aussi complètes que possible, des principales maisons canadiennes-françaises, d'après leur commerce ou leur industrie. Les clients d'importance: institutions publiques, pensionnats, communautés religieuses, ne peuvent plus prétexter maintenant qu'ils ne savent à quel fournisseur canadien-français s'adresser. Un appel téléphonique ou une lettre au secrétariat de la Ligue leur obtient aussitôt les renseignements désirés¹.

Ils peuvent aussi exposer à ce secrétariat leurs griefs, signaler telle déficience, tel manquement. Ils seront aussi bien reçus que s'ils apportaient des félicitations. C'est un service qu'ils rendent par cette démarche. Et on saura l'utiliser.

La Ligue s'efforce ainsi de redresser notre situation sur le terrain économique. Elle voit où sont nos points faibles, quels sont nos péchés habituels, nos défauts nationaux. Délicatement mais fermement elle travaille à y porter remède. Sous son impulsion des industries nouvelles ont surgi, telle branche de commerce où dominait l'étranger nous revient peu à peu, des produits dont on n'était pas satisfait ont été améliorés, l'ordre et la bonne entente ont remplacé en bien des domaines l'insouciance et la concurrence déloyale.

1. L'adresse du secrétariat de la Ligue est: 477, rue Saint-François-Xavier, Montréal (tél. Plateau 6621).

C'est un travail méthodique, ordonné, rationalisé que la Ligue accomplit. Elle y apporte les qualités de clarté, de pondération, de ténacité, d'enthousiasme, d'affabilité qui distinguent la race française.

Étranger à son organisation, simple observateur de son intelligente activité, j'ai cru devoir, spontanément, sans en être prié par qui que ce soit et dans l'unique intérêt des nôtres, lui apporter le sincère témoignage de mon admiration et de ma confiance.

A tous ceux qui s'intéressent à la survivance et au progrès de notre nationalité, je n'hésite pas à dire: Voici un des organismes les plus aptes à nous rendre de grands services. Suivez ces directives et donnez-lui un généreux appui.

Imprimi potest :

E. PAPILLON, S. J.
Provincial

7 février 1940.

Nihil obstat :

Léon BOUVIER, S. J.
Cens. dioc.

9 février 1940.

Imprimatur :

J.-C. CHAUMONT, P. A.
Vicaire général

10 février 1940.

PUBLICATIONS DE L'E. S. P.

(Suite)

158. <i>Le Caractère de l'adolescent</i>	R. P. Paul-Emile FARLEY, S. C. V
159-160. <i>Les Allocations familiales</i>	R. P. Léon LEBEL, S. J.
161. <i>L'Association professionnelle</i>	Abbé Maxime FORTIN
162. <i>Fédération des Œuvres d'hygiène infantile</i>	XXX
163. <i>La Réforme du calendrier</i>	J.-H. RICHARDSON
164. <i>Les Petites Industries féminines à la campagne</i>	Georges BOUCHARD
165. <i>L'Union ouvrière</i>	Abbé L.-A. LAFORTUNE Gérard TREMBLAY R. P. STANISLAS, P. S. V
166. <i>Les Anciennes Corporations</i>	E. S. P.
167. <i>Le Communisme international au Canada</i>	E. S. P.
168. <i>Parents et Maîtres, leur collaboration</i>	Abbé Arthur MAHEUX
169. <i>L'Enseignement agricole d'hiver</i>	Albert RIOUX
170. <i>Le Cinéma</i>	Oscar HAMEL
171. <i>La Crise protestante</i>	R. P. Adélaïde DUGRÉ, S. J.
172-173. <i>La Formation technique</i>	R. P. Pierre FONTANEL, S. J.
174. <i>La Gaspésie intérieure</i>	PÉNINSULAIRE
175. <i>Chefs ouvriers catholiques</i>	L.-G. HOGUE
176. <i>La Mission sociale de l'hygiène</i>	Dr J.-A. BAUDOIN
177. <i>Les Associations ouvrières au Canada</i>	E. S. P.
178. <i>Rotary et Maçonnerie</i>	E. S. P.
179. <i>L'Indissolubilité du mariage</i>	R. P. E. JOMBART, S. J.
180. <i>Le Tourisme source de richesse</i>	Eugène L'HEUREUX
181. <i>Le Vaccin anti-tuberculeux</i>	Dr J.-C. BOURGOIN
182. <i>L'Utilisation des sous-produits de la pêche</i>	Joseph Risi
183-184. <i>La Paroisse au Canada français</i>	R. P. Adélaïde DUGRÉ, S. J.
185. <i>L'Eglise, nos maux sociaux et l'ouvrier catholique</i>	Abbé J.-Ad. SABOURIN R. P. SCHELPE, S. J. R. P. Pierre FONTANEL, S. J.
186. <i>L'Industrie chimique et le Canada</i>	Mme W. RAYMOND
187. <i>Le Travail des jeunes filles</i>	Juge C.-E. DORION
188. <i>Les Communautés religieuses et la Cité</i>	R. P. BONHOMME, O. M. I.
189. <i>Les Œuvres dans la Cité</i>	E. S. P.
190. <i>Le Syndicalisme catholique canadien</i>	Wilfrid GUÉRIN
191. <i>La Semaine sociale de Chicoutimi</i>	PP. ARENDT et MULLER, S. J.
192. <i>L'Eglise et la question syndicale</i>	Scour ALLAIRE, etc.
193. <i>Nos Ophélimas</i>	S. S. PIE XI
194-195. <i>Encyclopédie sur l'éducation de la jeunesse</i>	S. G. Mgr ROSS
196. <i>L'Enseignement religieux</i>	XXX
197. <i>La Semaine du dimanche</i>	XXX
198. <i>Pour nos enfants</i>	Scour MARIE HADELIN, etc.
199. <i>La Préférence aux Syndicats catholiques</i>	XXX
200. <i>Pour le bon journal</i>	Abbé A. ROBERT et O. HÉROUX
201. <i>Le Sens catholique</i>	E. MERCIER et G. LADOUCEUR
202-203. <i>L'Apostolat laïque</i>	R. P. ARCHAMBAULT, S. J.
204-205. <i>Instruction ou Education</i>	Esdra MINVILLE
206. <i>En Russie soviétique</i>	E. S. P.
207-208. <i>Manuel anti-bolchévique</i>	E. S. P.
209. <i>La Participation des laïques à l'apostolat</i>	Antonio PERRAULT
210-211. <i>L'Encyclopédie « Quadragesimo anno »</i>	S. S. PIE XI
212. <i>Le Mariage chrétien</i>	R. P. Adélaïde DUGRÉ, S. J.
213. <i>L'Etat et la morale publique</i>	Léo PELLAND
214-215. <i>L'Etat et le mariage</i>	Juge C.-E. DORION
216. <i>L'Action sociale des prêtres de Belgique</i>	R. P. Albert MULLER, S. J.
217-218. <i>Cahier anticommuniste</i>	E. S. P.
219. <i>Pour la Colonisation</i>	E. S. P.
220. <i>Le Rêve communiste</i>	R. P. Thomas-M. LAMARCHE, O. P.
221. <i>Pour la Paix</i>	E. S. P.
222. <i>La Famille</i>	R. P. C. RUTCHÉ, C. S. SP.
223-224. <i>Le Plan quinquennal</i>	ENTENTE INTERNATIONALE
225. <i>La Profession agricole</i>	Abbé Georges-M. BILODEAU
226. <i>Les Opérations de Bourse et leur moralité</i>	R. P. BOURNIVAL, S. J.
227. <i>Le Retour de la mère au foyer, au cinéma</i>	Rde Sr GÉRIN-LAJOIE
228. <i>La Place des enfants n'est pas au cinéma</i>	E. S. P.
229. <i>L'Action catholique et l'Épargne populaire</i>	E. POIRIER et W. GUÉRIN
232-233. <i>Pour la Restauration sociale au Canada</i>	E. S. P.
234. <i>La Culture intellectuelle religieuse</i>	Abbé Anselme LONGPRÉ
235. <i>La Ligue Catholique Féminine</i>	UN AUMÔNIER
237. <i>L'Agriculture, base économique d'une nation</i>	Abbé Edouard BEAUDOIN
238. <i>L'Œuvre de la Colonisation</i>	Esdra MINVILLE
239-240. <i>Le Programme de Restauration sociale</i>	A. RIOUX, A. CHARPENTIER Dr P. HAMEL, A. GUÉRIN

Deacidified using the Bookkeeper process.
Neutralizing agent: Magnesium Oxide
Treatment Date: July 2005

Preservation Technologies
A WORLD LEADER IN PAPER PRESERVATION

111 Thomson Park Drive
Cranberry Township, PA 16066
(724) 779-2111

PUBLICATIONS DE L'E. S. P.

(Suite)

241. L'Encyclique « Quadragesimo anno »	Abbé Philippe PERRIER
242. La Doctrine sociale de l'Eglise et la C. C. F.	Mgr Georges GAUTHIER
243-244-245. Le Mouillage du capital.	Adrien GRATTON
247-248-249. Essais d'organisation corporative.	R. P. Albert MULLER, S. J.
250. Eugénisme et stérilisation.	E. JORDAN et Abbé VIOLLET
251-252. Journées anticommunistes — I.	E. S. P.
253. Journées anticommunistes — II.	E. S. P.
254-255. La Menace communiste au Canada.	R. P. ARCHAMBAULT, S. J.
256. L'Organisation corporative	Eugène DUTHOIT
257. Le Chômage de la jeunesse	E. S. P.
258-259. Déclaration — Thèses — Statuts.	LIGUE DE LA CLASSOCRATIE
260. Le Scoutisme	R. P. Oscar BÉLANGER, S. J.
261. L'Apôtre laïque.	R. P. Thomas PINTAL, C. S. R.
262. Le Komintern	ENTENTE INTERNATIONALE
263. L'Encyclique « Immortale Dei »	S. S. LÉON XIII
264. Allocations familiales	Claire HOFFNER
265. Les Relations avec Moscou	E. S. P.
266. La Crise libératrice	R. P. Albert MULLER, S. J.
267. Le Syndicalisme catholique au Canada	R. P. ARCHAMBAULT, S. J.
268. L'Ordre corporatif.	A. MULLER, S. J., et E. DUTHOIT
269-270. Les vingt-cinq ans de l'E. S. P.	EN COLLABORATION
271. Caisses populaires et rédemption sociale.	Cardinal VILLENEUVE
272. Comment établir l'organisation corporative au Canada	C. VAILLANCOURT et E. POIRIER
273. L'Orientalisme professionnelle	Esdra MINVILLE
274-275. Pour le Christ-Roi et contre le communisme	Abbé Irénée LUSSIER
276. Les Exercices spirituels.	E. S. P.
277. Petit Catéchisme anticommuniste.	R. P. ARCHAMBAULT, S. J.
278. La Vérité sur l'Espagne	P. Richard ARÈS, S. J.
279. L'Action catholique spécialisée.	Cardinal ISIDRO GOMA TOMAS
280-281. { L'Encyclique « Divini Redemptoris » L'Encyclique « Mit brennender Sorge » }	R. P. Adrien MALO, O. F. M.
282. La Formation sociale dans nos collèges classiques	S. S. PIE XI
283. Le Vendredi saint de l'Eglise d'Espagne	Abbé Damien ROBERT
284. La Coopération économique.	Secrétariat des C. M.
285. Le Syndicalisme national catholique	Abbé Lucien BEAUREGARD
286. La Malfaisance du capitalisme actuel	Jean-Baptiste CLOUTIER
287. L'Action catholique au Canada	E. S. P.
288. Le Problème rural.	Abbé Georges CÔTÉ
289-290. Catéchisme de l'organisation corporative.	R. P. ARCHAMBAULT, S. J.
291. Lettre encyclique sur la liberté humaine.	Nos EVÊQUES
292. Jeunesse et politique.	P. Richard ARÈS, S. J.
293. Pour que vive notre français.	S. S. LÉON XIII
294. L'Action catholique et les religieuses	Jean FILION
295. Petit Catéchisme d'éducation syndicale	P. Gabriel LA RUE, S. J.
296. L'Industrie dans l'économie du Canada français	R. P. ARCHAMBAULT, S. J.
297. Pour un Ordre nouveau.	P. Richard ARÈS, S. J.
298. Mentalité communiste	Olivier ASSELIN
299. Lettre pastorale collective sur la tempérance	Mgr DESRANLEAU
300. La Nationalisation des entreprises.	Cardinal VILLENEUVE
301-302. Le Comité paroissial.	Mgr John T. McNICHOLAS
303. Une enquête sur le communisme à Québec.	Nos EVÊQUES
304. Un pays qui a ruralisé son enseignement primaire	Mgr Wilfrid LEBON
305. L'Eglise et les grands problèmes de l'heure présente	R. P. ARCHAMBAULT, S. J.
306. La Corporation professionnelle	Edouard LAURENT
307. La législation anticommuniste dans le monde	François-Xavier BOUDREAU
308. La Paix	S. Exc. Mgr CARTON DE WIART
309. L'Espagne au sortir de la guerre	Maximilien CARON
310. Lettre encyclique « Summi Pontificatus »	E. S. P.
311. Tempérance.	S. S. PIE XII
312. Vers un ordre nouveau par l'organisation corporative	Joseph LEDIT, S. J.
313. La Canalisation du Saint-Laurent	S. S. PIE XII
314. Notre relèvement économique	Dr Jean-Charles MILLER
	F.-A. ANGERS, L.-M. GOUIN, E.
	GIBEAU, M. CARON
	Paul-Henri GUIMOND
	R. P. ARCHAMBAULT

N. B. — Les numéros omis sont épuisés.

(Abonnement: \$1.50 par an)

L'École Sociale Populaire laisse à chacun de ses collaborateurs la responsabilité de ses écrits.

B N Q



C 000 093 059

IMPRIMERIE DU MESSAGER, MONTRÉAL

93059

