

Règle générale : de tous les rayons, celui des « soldes et bonnes occasions » est toujours le mieux approvisionné.

Le conjungo se débite là, comme le lainage et le madapolam dans les grands magasins du Louvre ou du Bon Marché, avec cette différence, cependant, que la Maison ne reprend pas les articles qui ont cessé de plaire.

En dehors des notes engageantes qu'elle fait insérer dans les grands journaux mondains à raison de 1 fr. 50 la ligne, toute Agence matrimoniale qui se respecte édite une publication spéciale dont le titre indique suffisamment le but.

En France, le journal matrimonial qui paraît tenir la corde, — je ne fais ici aucune allusion à celle qu'on se passe autour du cou, — est le *Trait-d'Union* ; en Angleterre, le plus répandu est le *Matrimonial-News*, — nouvelles matrimoniales, — il coûte six sous.

Son *Editor* tire de ses lignes serrées, composées en caractères minuscules, d'énormes bénéfices. Il agit aussi, — cela va sans dire, — comme entremetteur entre l'offre et la demande : c'est devant lui seul que l'anonymat se découvre dans toute sa beauté... ou sa laideur.

La devise classique : « Discrétion et Célérité » ne saurait être un vain mot dans ces antres mystérieux où s'élabore une cuisine souvent malpropre.

Très curieuse à étudier cette presse spéciale qui sert d'intermédiaire entre les cœurs qui se cherchent, les âmes qui s'appellent et les dots qui se désirent.

Inutile d'y chercher les annonces et réclames usuelles qui encomrent la quatrième page des journaux : Maisons à vendre, — Cuisinières en disponibilité, — Tricycles d'occasion. Rien de tout cela, les insertions n'ont qu'un but, un seul : répondre aux besoins si largement répandus dans les deux sexes, d'une vie et d'une félicité conjugales.