

Plaire à tout prix

Paul Trépanier

Number 42, Winter 1989

Les grands magasins : cent ans de séduction

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/18539ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Éditions Continuité

ISSN

0714-9476 (print)

1923-2543 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Trépanier, P. (1989). Plaire à tout prix. *Continuité*, (42), 4–4.

PLAIRE À TOUT PRIX



Des apparences de grand magasin: les Cours Mont-Royal, dans l'ancien hôtel du même nom, rue Peel à Montréal. (photo: B. Ostiguy)

Que ne va-t-on pas inventer pour satisfaire le client, ce roi et maître qui ne sait pas toujours ce qu'il veut mais a toujours raison? Pour les beaux yeux des clients, toutes les volte-face sont permises et presque tous les moyens sont bons. La rue Saint-Joseph, la rue des grands magasins de Québec, a même été couverte d'une toiture pour devenir un mail commercial en 1969. Les escaliers monumentaux, les marbres, les lustres et les verrières décorent les nouvelles galeries marchandes et font partie des stratégies de marketing.

L'imagination déployée par les grands magasins pour séduire la clientèle ne date pas d'hier; d'ailleurs, n'a-t-elle pas été la clef de leur succès? En 1906, le magasin Paquet de Québec adoptait le style Art nouveau pour redécorer son salon des dames. Eaton avait même retenu les services de l'architecte Jacques Carlu – un maître de l'Art déco – afin d'offrir aux clients de sa nouvelle salle à manger l'illusion d'une croisière sur un paquebot français. Et, plus près de nous, Ogilvy vient de rouvrir sa salle de concert, le Tudor Hall.

Est-ce la nostalgie, le regret de les avoir peu fréquentés ou la peur de les voir disparaître qui fait qu'aujourd'hui on s'intéresse de nouveau au sort des grands

magasins, véritables symboles de la vie urbaine? À une époque où on parle tant de l'évolution des modes de vie urbains, on peut se demander si la présence des grands magasins est un baromètre de la vigueur d'un centre-ville. Si tel est le cas, les résultats d'un survol de ce phénomène au Québec sont assez révélateurs: en effet, à l'exception de deux établissements de Québec, ce n'est plus que dans l'Ouest de Montréal que se perpétue le concept du grand magasin.

Sur une note moins nostalgique, *Continuité* vous ouvre les portes du tout nouveau Musée de la civilisation et vous invite à découvrir la pittoresque ville de Sillery à deux pas de la capitale. La rubrique «Profil» vous convie chez l'écrivaine Pauline Cadieux qui, après une carrière bien remplie, consacre maintenant ses énergies à la sauvegarde du patrimoine. Et comme l'hiver, le froid et les Fêtes s'annoncent, notre «Fiche technique» vient répondre à vos interrogations sur une «chaleureuse» composante de nos intérieurs: le foyer. Joyeuses Fêtes et bonne lecture!

Paul Trépanier

CONTINUITÉ

Continuité est un trimestriel publié par les Éditions Continuité inc. Le Conseil des monuments et sites du Québec (CMSQ) et la Fondation canadienne pour la protection du patrimoine (FCPP), des organismes sans but lucratif voués à la conservation et la mise en valeur du patrimoine, sont co-fondateurs des Éditions Continuité inc. Le soutien financier du magazine **Continuité** est assuré par le Conseil des monuments et sites du Québec, la Fondation canadienne pour la protection du patrimoine, avec l'aide du ministère des Affaires culturelles du Québec et des annonceurs. Les Éditions Continuité sont membres de l'Association des éditeurs de périodiques culturels québécois.

Conseil d'administration

Présidente: France Gagnon Pratte.
Président du conseil: Jacques Dalibard.
Trésorière: Constance Johnson.
Secrétaire: Christian Denis.

Comité de rédaction: Jacques Dalibard, Marc Desjardins, Gilles Dumouchel, France Gagnon Pratte, Laurier Lacroix, Denys Marchand, Line Ouellet, Paul Trépanier et Joshua Wolfe.

Comité de lecture: Paul-Louis Martin et John R. Porter.

Directeur: Marc Desjardins.

Rédacteur en chef: Paul Trépanier.

Assistante à la rédaction et réviseuse: Ghislaine Fiset.

Promotion et publicité: Marc Desjardins.

Correcteur: Philippe Mottet.

Direction du secrétariat et abonnements: Sylvie Bédard.

Assistants au secrétariat: Jean-Pierre Bélanger et François Key.

Comptabilité: André Ouellet.

Photographe: Brigitte Ostiguy.

Graphisme: Claude Bougie.

Composition: Caractéra inc.

Séparation de couleurs: Le Groupe Communimédia.

Photogravure et impression: Imprimerie Canada inc.

Distribution: Messageries dynamiques inc.

Distribution postale: Les ateliers TAQ.

Toute correspondance doit être envoyée à l'adresse suivante: **Éditions Continuité inc., case postale 387, succ. Haute-Ville, Québec (Québec), Canada, G1R 4R2.**

Tél.: (418) 692-1653.

Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec, Bibliothèque nationale du Canada, ISSN-0714-9476.

©1988: Éditions Continuité inc. Tous droits de reproduction, de traduction, d'adaptation réservés. Permis d'affranchissement au tarif de deuxième classe, n° d'enregistrement: 6086. Port payé à Québec. Date de parution: **Décembre 1988.**

Les opinions exprimées n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs. Les titres, sous-titres, intertitres, légendes et le choix des illustrations sont généralement de la rédaction. Le générique masculin est employé dans le seul souci d'alléger le texte.