

## Le bon vieux café Reno

Jean-Marie Lebel

Volume 3, numéro 3, automne 1987

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/6770ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Éditions Cap-aux-Diamants inc.

ISSN

0829-7983 (imprimé)

1923-0923 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Lebel, J.-M. (1987). Le bon vieux café Reno. *Cap-aux-Diamants*, 3(3), 64–64.

## Le bon vieux café Reno



L'inscription Café Reno au coin des rues Saint-Paul et des Navigateurs.  
(Photo de l'auteur).

À demi-effacés par le passage des ans, les mots CAFÉ RENO subsistent toujours sur le haut mur au coin des rues Saint-Paul et des Navigateurs. Cette inscription est l'une des dernières à Québec à témoigner de cette époque où, au cours des premières décennies du XXI<sup>ème</sup> siècle, on peignait en lettres géantes les noms des entreprises ou des annonces publicitaires sur les murs de brique ou de bois. Au fil des fermetures, des incendies, des démolitions et des rénovations, ces inscriptions ont tour à tour disparu et ce fut le cas tout récemment de celles de Thibaudeau, Frères & Cie (face au site de l'ancien marché Finlay) et de Rioux & Pettigrew (rue Saint-Paul).

Café Reno? Disparu depuis déjà de nombreuses années des étalages de nos épiceries, ce produit fut l'un des plus connus de l'importante maison d'affaires établie à Québec par Jean-Baptiste Renaud en 1850 et dont les activités ne cessèrent qu'en 1972. D'abord spécialisée dans le commerce des grains et des farines, l'entreprise avait ajouté à ses activités, au cours des années 1870, la préparation du lard salé et des viandes fumées (ce que l'on appelait alors faire du «paquage») et la vente des poissons et des huiles de poisson. Durant les décennies suivantes, elle se lança dans l'exportation

à une grande échelle du beurre et du fromage vers l'Angleterre.

Sise entre les rues Saint-Paul et Saint-André, la maison J.-B. Renaud & Cie bourdonnait d'activités dans les dernières décennies du XIX<sup>ème</sup> siècle et les premières de notre siècle. À l'arrière de ses édifices, le chemin de fer et les quais du bassin Louise lui permet-

Vous connaissez ce  
que vaut un  
**BON BOL**  
**DE CAFÉ**  
quand vous aurez goûté le  
**Café "RENO"**  
qui est d'une qualité supérieure  
et servi à votre table quelques  
jours après le rotissage et la  
mouture

**J.-B. RENAUD & Cie INC.**  
**QUEBEC**

Annonce publicitaire de 1923 soulignant les mérites du café Reno.  
(Le Terroir).

taient de recevoir et d'expédier avec promptitude ses produits.

Au tournant du siècle, ses quatre vastes entrepôts pouvaient abriter jusqu'à 25 000 sacs de farine, 15 000 minots de grain et 4 000 barils de lard salé et de poisson.

C'est en 1906 qu'elle joignit à ses anciennes branches de commerce celle de l'épicerie en gros. Elle fit l'acquisition d'un édifice avoisinant de quatre étages jusqu'alors occupé par l'épicier en gros J.-B.-E. Letellier. Le nouveau défi était de taille. Déjà, dans la rue Saint-Paul, d'importants épiciers en gros étaient confortablement installés: les N. Rioux & Cie, A. Joseph & Sons, Drouin, Frère & Cie, T. Davidson & Co, Leclerc & Letellier, et autres.

En ce début du nouveau siècle, la physionomie des magasins généraux et des épiceries connaissait de visibles mutations. Le monde de l'épicerie entraînait dans une ère nouvelle. Il était de plus en plus révolu le temps où le marchand puisait ses denrées dans des barils. Originant principalement de l'Ontario et des États-Unis, des conserves alimentaires et des contenants portant des étiquettes attrayantes et bénéficiant d'un battage publicitaire dans les journaux envahissaient le marché québécois. Peu à peu, la maison J.-B. Renaud & Cie mit sur le marché ses propres marques de commerce et les fit connaître dans l'Est du Québec par ses commis-voyageurs. En 1914, elle créa une filiale consacrée à la préparation de divers produits alimentaires: la Old City Manufacturing Company Limited. Les sirops de table («*même goût et même valeur que le sirop d'érable*»), annonçait-on) et sauces aux tomates Reno, les confitures Stella et Lilac, auxquels s'ajoutèrent de nombreux autres produits, tentèrent tant bien que mal de se tailler une part du marché.

Dans ses campagnes publicitaires, la maison Renaud insista d'abord sur ses cafés et thés Reno. On jugeait alors souvent la prestance d'une épicerie en gros sur la qualité de ses cafés et thés. Un voisin tenace, l'épicier en gros Montefiore Joseph fut d'ailleurs longtemps reconnu comme un expert dans l'art de déguster et choisir ces deux produits. Et afin d'affronter ses lointains concurrents, le café Reno insista sur son indubitable avantage d'être «*servi à votre table quelques jours après le rotissage et la mouture*». ♦

Jean-Marie Lebel