

Notre montre Ingersoll

John Willis

Entre conflits et bonne entente : anglophones et francophones au Québec
Numéro 121, printemps 2015

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/78028ac>

[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

Willis, J. (2015). Notre montre Ingersoll. *Cap-aux-Diamants*, (121), 33-34.

NOTRE MONTRE INGERSOLL

L'exposition *Empress of Ireland, le Titanic canadien* a ouvert ses portes le 28 mai 2014 au Musée canadien de l'histoire. Cette exposition contient un objet qui a piqué notre curiosité. Il s'agit d'une vieille montre de poche, qui devait appartenir à un passager ou à un membre de l'équipage du paquebot lors de son dernier voyage. Sur un côté de la montre, on peut lire : « *Made in USA-Robth Ingersoll and Bro New York* ». L'inscription est accompagnée d'une série de dates, entre 1902 et 1912. La montre fut donc fabriquée peu avant le naufrage de l'*Empress*, en mai 1914. Sur l'autre surface apparaît le texte de la garantie. Le papier est déchiré par endroits, plusieurs morceaux sont tombés dans le mécanisme de la montre. Par conséquent, il manque des bouts de texte. La restauratrice Amanda Gould, notre collègue, qui se spécialise dans la conservation du papier, a décidé de reconstituer l'étiquette. Elle a transféré les débris de papier sur une autre surface de papier murier (*kozo*), selon une technique japonaise. Ensuite, elle a ajouté un à un les fragments dispersés dans le fond de la montre. Habillement reconstitué par Amanda, le document nous confirme que nous avons affaire à une Yankee Dollar Watch. Et c'est ici que commence mon travail d'enquête. Fidèle à son nom, la Yankee Dollar Watch se vend un dollar américain. Elle est beaucoup moins dispendieuse que les spécimens offerts par d'autres fabricants à l'époque, dont l'*American Watch Company* de Waltham, au Massachusetts. La montre Ingersoll fait 240 battements la minute et comporte des engrenages et des billes en métal et non pas des matériaux plus résistants comme le rubis ou d'autres types de pierres précieuses. La décision d'utiliser des matériaux moins nobles représente une économie impor-



La montre Ingersoll du MCH après restauration.
(Photo : Musée canadien de l'histoire).

tante, d'où le bas prix de la montre. Le catalogue Ingersoll de 1898 annonce la Dollar Watch comme le pur produit de l'ingéniosité américaine, « *purely products of Yankee brains and mechanics* ». Ingersoll fait ainsi appel à la fierté de ses compatriotes alors que les États-Unis, Teddy Roosevelt en tête, se constituent une sphère d'influence géopolitique à travers l'Amérique latine, les Antilles et l'océan Pacifique, de l'Alaska aux Philippines en passant, éventuellement, par le canal de Panama.

Dans ce domaine, tout est dans le *timing*. Ingersoll vise un marché de masse composé d'hommes, de femmes et d'enfants des classes populaires. Il n'est pas le premier à faire cela. Mais il arrive au bon moment. La compagnie Waterbury Watch du Connecticut met sur le marché, au cours des années 1880, une montre de poche de type *long wind*, dotée d'un ressort principal de 2,7 mètres qui se vend 3,50 \$. On l'appelait *long wind* parce qu'il

fallait 150 demi-tours pour l'embobiner. Vers 1893, Waterbury Watch a le vent dans les voiles. À l'Exposition universelle de Chicago, elle occupe un somptueux pavillon faisant la promotion de ses produits, disposés sur des présentoirs pivotants. À l'intérieur se trouve une horloge – 3 pieds de diamètre, et suspendue à 20 pieds dans les airs –, qui illustre les faits saillants de l'histoire américaine. Très présente à Chicago, la Waterbury perd peu à peu ses parts de marché. Il faut dire que la conjoncture n'aide pas puisque l'économie est en chute libre à partir de 1893.

Entre en scène Robert Hanley Ingersoll, homme originaire du Michigan. Ingersoll arrive en 1879 à New York, pour faire fortune. Il s'entoure de plusieurs membres de sa famille pour établir une entreprise qui vend des articles de sport, des vélos, des nouveautés, des jouets, des caméras, etc. par catalogue. Un jour, il contemple une horloge accrochée sur le mur et dé-

cide sur-le-champ qu'il voudrait vendre des montres. Nous sommes au début des années 1890. Ingersoll se rend à la grande exposition de Chicago (1893). Il occupe de modestes installations, mais toujours vendeur, le jour, il prend des commandes. Le soir, il livre ses montres aux clients de la ville. Parmi les modèles qu'il met en marché, signalons la montre Jumbo, comportant une image du célèbre animal du cirque de Philéas Taylor Barnum.

Ingersoll va de succès en succès. Il vend 85 000 montres en 1893; 225 000 l'année suivante. Il commande à son fournisseur, Waterbury Clock, en 1894, 500 000 autres montres. Deux ans plus tard, il introduit le modèle Yankee Dollar. Ce fut un succès monstre, avec 1 million d'exemplaires vendus en 1896 et six millions deux ans plus tard. En 1900, Ingersoll habite Brooklyn, mais le recensement de 1910 rapporte qu'il est déménagé dans un appartement à Manhattan, rue Broadway. Il a pour voisins trois avocats, un banquier et deux manufacturiers. Ce ne sont pas des gens pauvres. Comme Ingersoll, ils ont tous des domestiques à la maison. Les Ingersoll – Robert se marie en 1904 – ont également un pied à terre en banlieue de la ville, à Oyster Bay sur Long Island. Ingersoll est présent sur le marché international, ce qui l'amène à voyager de New York à Liverpool, Southampton et La Havane, habituellement en première classe.

En termes de marketing, la Compagnie Ingersoll innove : elle installe des panneaux-réclames le long des chemins de fer. Elle vend des produits dans des quincailleries et engage une équipe de commis vendeurs qui sillonnent toute l'Amérique. Surtout, elle gère habilement son accès privilégié au marché avec un réseau de petits détaillants. Son produit-vedette, la Yankee Dollar, annonce non seulement la marque, mais également le prix. On pouvait difficilement vendre ses montres pour plus d'un dollar sans trahir l'essence même du produit. Ingersoll devançait ainsi les grossistes et les intermédiaires.

La compagnie a une forte présence à l'Exposition universelle de Saint-Louis, en 1904. Son pavillon compte quinze



Page du catalogue Simpson, automne-hiver 1917-1918, montrant des montres de poche pour femmes. (Photo : Musée canadien de l'histoire).

kiosques de vente, le tout surplombé d'une montre électrique géante. Certains modèles sont ornés de portraits de Napoléon Bonaparte et de Thomas Jefferson, car on commémore le centenaire de l'achat de la Louisiane par les États-Unis. Les montres de poche sont, toutes proportions gardées, aussi populaires au Canada qu'aux États-Unis. Le catalogue Eaton, printemps/été 1901, illustre dix-sept modèles différents pour femmes, hommes et enfants. Certains sont en or, en nickel ou d'autres métaux moins prestigieux. Les mouvements sont de fabrication américaine, quoiqu'il soit parfois question de *London movements*. Eaton offre fièrement tout l'éventail des montres de l'American Watch Company à Waltham. Pour hommes et garçons, on vend le Dollar Watch de marque Eaton. La moins chère pour les femmes coûte 3,85 \$; la plus dispendieuse vaut 43 \$. (Précisons qu'une livre de beurre se vend 25 cents.) Évidemment, on peut se procurer des montres chez les détaillants spécialisés en bijouterie et horlogerie. Jos L'Heureux assemble des pièces importées dans sa boutique à Montréal. On peut présumer que Narcisse Beaudry et fils – rue Sainte-Catherine Est – en faisait autant jusqu'à la faillite de l'entreprise annoncée dans *La Patrie*, le 1^{er} mai 1914. *Le Montreal Directory* de 1914 identifie onze manu-

facturiers de bijoux et dix bijoutiers détaillants dont Henry Birks, W.H. Scroggie, propriétaire d'un grand magasin à Montréal et Antoine Armand Beauchamp. Selon la géographe et auteure Sherry Olson, Beauchamp appartient à une famille spécialisée dans le domaine depuis au moins deux générations.

Il n'est pas surprenant de retrouver des montres de poche sur des passagers de paquebots, sur des citoyens comme des villageois, tellement elles sont populaires à l'époque. L'emballage pour les montres présuppose un engouement pour le temps, une volonté de connaître l'heure précise. Le succès de la montre-bracelet, à partir des années 1920, constitue le prolongement de cette tendance sociale. Il faut avoir l'heure juste si vous avez un train, un tramway ou un paquebot à prendre ou si vous voulez arriver à l'heure à l'école comme à l'usine. À la maison, on peut se fier à son horloge ou à son réveille-matin. Mais quand on se promène à l'extérieur, il vaut mieux garder l'heure dans sa poche ou dans le cas des femmes, sur une chaîne autour de la taille. Votre montre est en retard? Vous pouvez l'ajuster en fonction de l'heure indiquée sur la grande horloge de l'hôtel de ville ou celle qu'abrite la tour du bureau de poste de Hull, Saint-Hyacinthe, Coaticook, Lindsay, Lunenburg, Amherst, Dundas, etc. On trouve de ces horloges publiques un peu partout au Canada. Elles constituent les chefs d'orchestre des déplacements des gens à cette époque et les phares temporels de leur quotidienneté. Dans une société de plus en plus mécanisée, industrialisée, commercialisée et dépendante des transports, le temps qu'on s'efforce de normaliser est à la fois bien et besoin public. La montre s'impose à nous comme à nos ancêtres même quand – pensons à notre Ingersoll – elle a cessé de fonctionner. Quelle machine parfaite dirait l'historien et penseur Lewis Mumford et quelle superbe dépendance!

John Willis,
Musée canadien de l'histoire