

## **Famille, foi et patrie** **Le credo de Dupuis frères**

Robert Trudel

---

Number 40, Winter 1995

Les grands magasins, un nouvel art de vivre

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/8674ac>

[See table of contents](#)

---

Publisher(s)

Les Éditions Cap-aux-Diamants inc.

ISSN

0829-7983 (print)

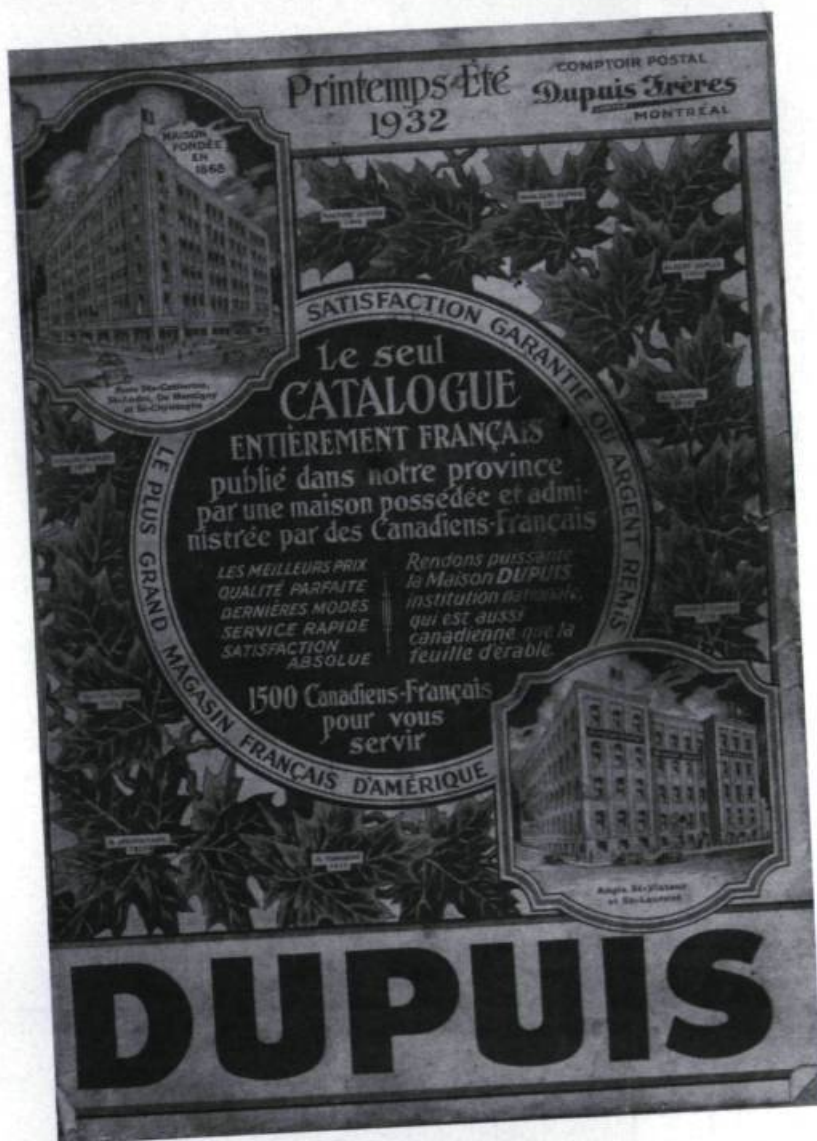
1923-0923 (digital)

[Explore this journal](#)

---

Cite this article

Trudel, R. (1995). Famille, foi et patrie : le credo de Dupuis frères. *Cap-aux-Diamants*, (40), 26–29.



## FAMILLE, FOI ET PATRIE

# LE CREDO DE DUPUIS FRÈRES

Page couverture du catalogue printemps-été 1932 de Dupuis Frères. En ces temps de difficultés économiques et de ferveurs nationalistes, l'affirmation de ses origines françaises est un gage de succès du commerce. Ici, Dupuis Frères montre son arbre généalogique bien enraciné et son appartenance au bloc francophone «tissé serré»!  
(Coll. Ronald Chabot).

**La fermeture de Dupuis Frères résulte en partie d'un changement de valeurs dans la société québécoise. Si l'on fait abstraction d'un certain paternalisme, l'accent mis sur la valorisation de l'employé et sur l'achat «au pays» paraît très actuel.**

par Robert Trudel

**E**N 1868, NAZAIRE DUPUIS OUVRE UN MAGASIN, rue Sainte-Catherine Est à Montréal. C'est un geste que les dirigeants de Dupuis Frères qua-

lifieront par la suite d'avant-gardiste car les commerces sont plutôt situés rue Saint-Paul à l'époque.

Le magasin déménagera à quelques reprises pour occuper, en 1882, le site définitif, coin Saint-André et Sainte-Catherine. Il s'agrandira à plusieurs reprises pour devenir un édifice de sept étages, divisé en 100 rayons différents où travaillent 1 500 employés vers les années 1950, dont près de 500 au comptoir postal. Au moment de la faillite en 1978, 700 employés travaillent chez Dupuis qui, depuis 1961, n'appartient plus à la famille Dupuis.

Avec les années, Dupuis est devenu le centre d'un carrefour commercial important où la quasi-totalité des commerces appartiennent à des Canadiens français. Les plus importants s'appellent Valiquette (pour les meubles), Omer De Serres (pour la quincaillerie), Desjardins (pour la fourrure) et Archambault (pour la musique).

La principale source de référence de cet article sera le *Duprex*, «revue mensuelle publiée pour les employés de la maison Dupuis Frères en collaboration avec le syndicat catholique et national des employés de magasin». La revue sera publiée de 1926 à 1953. J'ai aussi puisé dans les souvenirs de mon grand-père, Armand-Joseph Dugal qui fut vice-président de la maison durant 40 ans jusqu'en 1951, de mon oncle Joseph-Émile Boucher et de mon père Alphonse-Rosario Trudel qui furent aussi vice-présidents dans les années 1950 et 1960. Et certaines connaissances me viennent aussi de mon emploi d'été chez Dupuis, durant sept ans.

Mis à part les questions de gestion qui ont pu faire à la fois la fortune, puis le déclin de Dupuis Frères, le succès (et dans une certaine mesure la disparition) de cette institution commerciale ne peut se comprendre qu'en faisant référence à trois piliers de l'idéologie de la maison et de la société canadienne-française: le nationalisme, la religion et la famille.

### Le nationalisme

Dupuis Frères a toujours été la propriété de Canadiens français, la très grande majorité de ses employés et de ses clients étaient canadiens français et, bien avant la loi 101, la langue d'usage a été le français et la langue presque exclusive d'affichage.

«En servant bien la maison Dupuis, une institution nationale, nous avons la conviction de travailler à notre conquête économique». Ces mots du surintendant J.E. Boucher, prononcés en 1943 à l'occasion du 75<sup>e</sup> anniversaire de fondation du magasin, résumant, je crois, la pensée de la



direction; en achetant chez Dupuis, on aide la cause nationale et c'est la mission de ce grand magasin de l'est de Montréal d'encourager les Canadiens français et leur langue, au Canada et au Québec en particulier. Les actions en ce sens ne manquent pas: diffusion de la bonne chanson dans les écoles de Montréal, attribution de milliers de médailles et de prix de la langue française dans les maisons d'enseignement à travers la province, discours patriotiques nombreux, etc.

Du slogan des années 1920 «le magasin du peuple» à celui des années 1960 «le grand magasin canadien à l'accent français», les dirigeants du magasin ont toujours présenté le caractère français de Dupuis comme un argument pour acheter dans cette maison et un motif de fierté pour les employés. Ainsi, selon un dirigeant de la maison, «nous serons heureux de pouvoir dire que nous avons contribué un peu à ce miracle de survivance française dans un pays britannique». Et la population voit aussi en Dupuis un exemple de réussite du Canada français. Ainsi, des groupes de l'extérieur de Montréal (pensons aux Cercles des fermières) profitent de leur passage à Montréal pour visiter le Château de Ramezay, les locaux de la Société Saint-Jean-Baptiste et... Dupuis Frères.

Dupuis est le premier magasin à publier un catalogue en français en 1912 et les auteurs de ce catalogue envoyé dans toute la province prétendent qu'il contient moins de mots anglais que ceux des grands magasins français, comme la Samaritaine et le Bon Marché! La Saint-Jean-Baptiste représente évidemment un temps fort pour illustrer le nationalisme de Dupuis Frères. Le magasin paie pour un char allégorique — le premier dans le défilé — et patrons et employés participent à ce qu'on appelait alors la procession de la Saint-Jean. Enfin, à l'occasion des discours marquant les anniversaires de la maison, on ne peut s'empêcher quelques envolées oratoires comme en témoigne ce discours de 1928: «Salut à toi, noble et fière maison Dupuis Frères, monument élevé avec patience et persévérance, à la gloire de la race canadienne-française. Tu es l'étoile polaire de tous ceux qui parlent la langue française et ton ascension constante vers le succès est depuis quelques années la pierre d'achoppement contre laquelle se heurtent les autres maisons à catalogues».

### La langue, gardienne de la foi

«Ne permettez jamais que cette maison perde son caractère canadien-français et catholique». Cet avertissement est extrait du discours de A.J. Dugal, à l'occasion du banquet donné lors de son 25<sup>e</sup> anniversaire d'entrée chez Dupuis et de son investiture comme chevalier de Saint-

Grégoire le Grand. Comme on nous l'a souvent dit au Québec, la langue et la foi vont de pair et, pour Dupuis, il fallait concilier langue, foi et économie. Malgré quelques sacrifices (par exemple fermer le 8 décembre, fête de l'Immaculée-Conception alors que les magasins «protestants» ne le font pas), la religion a plutôt bien servi le magasin. C'est chez Dupuis que les maisons d'enseignement s'approvisionnent pour les uniformes des élèves et c'est là que beaucoup



La maison Dupuis Frères reste longtemps une affaire de famille. Dans «Le Duprex» d'octobre 1951, on présente le fondateur de la maison, J. Nazaire Dupuis, et les trois membres de la lignée qui se sont succédé à la tête de l'entreprise. (Coll. Robert Trudel).

de membres du clergé achètent tout ce dont ils ont besoin. Pour eux on crée un service au clergé qui a pour fonction d'accompagner le prêtre dans le magasin pour tous ses achats. Il y a une salle à manger pour le clergé dans le magasin. Mieux, le «propagandiste» du magasin — c'est ainsi qu'on le nomme — se déplace à travers la province pour prendre les arrangements au sujet du trousseau du prêtre et en particulier de l'évêque: vêtements sacerdotaux, bagues, croix pectorales, etc.

«Fondée par un Canadien français, la maison DUPUIS est toujours restée et demeure encore la propriété exclusive des Canadiens français. Elle a réussi sans cacher son drapeau et sans se dérober non plus aux charges et obligations que lui confère son titre. Elle a cherché dans la mesure de ses ressources à aider les nôtres dans le domaine des œuvres, de l'éducation, de l'agriculture».

Catalogue Dupuis Frères, 1932 (printemps-été).



Ce service n'est pas, à mon avis, que mercantile mais correspond à toute une population qui a des convictions religieuses. Bien sûr quand, par exemple, le directeur de service, Albion Jetté,

chevalier du Saint-Sépulcre, souligne qu'il participe en moyenne à une vingtaine de cérémonies par année (sacres d'évêques, funérailles de prélats, etc.), il est sans doute bien conscient que cela donne une bonne image de Dupuis Frères auprès d'une population catholique, mais cela va aussi dans le sens de sa foi personnelle.



Les grands magasins font régulièrement la promotion des dernières innovations technologiques touchant le confort du magasinage. Ici dans «Le Duprex» de novembre 1948, madame Albert Dupuis accompagnée bien sûr du curé de la paroisse inaugure de nouveaux ascenseurs. (Coll. Robert Trudel).

En octobre 1926, Dupuis Frères lance «Le Duprex» (Dupuis-Rex = Dupuis Roi), un magazine de liaison diffusé parmi les 1 500 employés et les amis du grand magasin. Commerce, religion et nationalisme composent la trame idéologique et iconographique de ce mensuel de cohésion traitant aussi des activités et de la vie des employés et des patrons. (Coll. Robert Trudel).

## LE DUPREX

Revue mensuelle publiée pour les employés de la maison Dupuis, en collaboration avec le

Syndicat Catholique et National des Employés de Magasin, Section Dupuis Frères Limitée.

Le numéro

5<sup>c</sup>

Vol. 1 — No 1      MONTREAL      OCTOBRE 1926

**L** E DUPREX est né de l'initiative de quelques bonnes volontés, de l'encouragement de la direction et de la collaboration du Syndicat Catholique et National des Employés de Magasin, section Dupuis Frères Limitée.

Il est né plein de vie et d'espérance; mais pour se développer et grandir il a besoin du concours et du soutien de tous et chacun de nous.

LE DUPREX arrive à son heure. Il sera le lien qui unira en un tout homogène les différentes parties de la grande organisation DUPUIS. Patrons et employés y exposeront librement leurs vues, et une entente encore plus étroite en résultera.

Nous vous présentons ce premier numéro en toute humilité, conscients qu'il est susceptible de nombreuses améliorations, et soyez assurés que vos suggestions en ce sens seront toujours les bienvenues.

**LA RÉDACTION**

### «Paroles à méditer»

«Notre province a besoin de toutes ses ressources pour se développer et pour s'assurer définitivement la place qui lui appartient au sein de la Confédération canadienne. C'est la priver des ressources indispensables à son commerce et à son industrie que d'expatrier l'argent de ses fils et en faire profiter l'étranger.

«Il importe donc de rappeler sans cesse à nos concitoyens que l'argent qui leur profite le plus, c'est l'argent qui va au commerce local, aux industries domestiques, AUX INSTITUTIONS NATIONALES, c'est l'argent que l'on dépense chez soi.

«Le jour où nous apprécierons toute l'importance qu'il y a de conserver chez nous et pour nous notre argent, d'en faire bénéficier notre commerce et nos industries, ce jour-là, la puissance économique de la province de Québec aura doublé».

L'hon. ALEXANDRE TASCHEREAU  
Catalogue Dupuis Frères, 1932 (printemps-été).

### L'esprit de famille

Le nom même de Dupuis Frères (raison sociale cependant moins employée à partir des années 1960) évoque l'importance de la famille. Aussi longtemps que le magasin appartient à des membres de la famille Dupuis, on profite toujours de l'anniversaire de la maison ou de l'un des dirigeants de la maison pour rappeler aux membres du personnel l'histoire de la famille Dupuis. Les familles des cadres du magasin sont invitées chez M. et M<sup>me</sup> Dupuis pour le thé, pour une partie de sucre ou pour une réception. Dans le *Duprex*, on fait constamment référence aux

28

CAP-AUX-DIAMANTS, Numéro 40 Hiver 1995



souvenirs de vacances du personnel, aux mariages, aux naissances, aux premières communions ou aux décès des membres du personnel (surtout des dirigeants).

La mère du président Raymond Dupuis, Mme Albert Dupuis, est particulièrement honorée. On la présente comme la «protectrice généreuse de l'Association des employés de magasin» en 1938. On la fête au magasin lors de son anniversaire de naissance et, même après la grève de 1953, lors de la signature de la convention collective du nouveau syndicat, le président transmet les «cordiales salutations» de sa mère et de son épouse. Quant aux épouses du gérant ou des directeurs, elles profitent du temps des Fêtes pour faire des cadeaux aux membres du personnel qu'on a particulièrement appréciés.

Durant de nombreuses années, les enfants du personnel sont invités à une fête qui a lieu dans le rayon des jouets; cadeaux, tours de train gratuits et lunch font le plaisir de tous les membres de cette grande famille. Le syndicat, qui est davantage une amicale qu'un mouvement revendicateur jusqu'en 1951, organise des parties de cartes, des cours de langue et de solfège, des visites à la cabane à sucre, des sorties au parc Belmont, des ligues de quilles et des tournois de hockey. Ce sont les dirigeants de la maison qui paient pour les livres de la bibliothèque du personnel ou qui louent l'arène pour le festival de la maison Dupuis. En 1938, le surintendant J. Émile Boucher accorde même une journée de congé à tous les membres de la ligue de «gouret» Dupuis et deux jours à l'équipe victorieuse «Les montagnards»!

### Dupuis ferme ses portes

En janvier 1978, lorsque Dupuis Frères fait officiellement faillite et ferme ses portes, les quotidiens de Montréal, anglophones et francophones, en ont fait leurs manchettes. Avec raison: ce n'était pas seulement le fait d'une grande entreprise qui mettait au chômage 700 travailleurs et travailleuses, mais aussi la mort d'une réussite commerciale canadienne-française, symbole de la force économique de l'est de la rue Sainte-Catherine. Il ne faudrait pas négliger les questions d'ordre financier, mais il m'apparaît que la faillite de l'entreprise peut être reliée à l'affaiblissement des trois piliers qui ont fait la prospérité de Dupuis dans les belles années.

L'esprit de famille, depuis la grève de 1952 et le lock-out de 1964, est disparu, malgré l'attachement des employés à la maison. La famille Dupuis n'est plus à la tête du magasin, les propriétaires et les patrons se succèdent rapidement, et le syndicat — devenu la CSN — se montre plus revendicateur. La religion n'a plus

l'importance qu'elle avait, les leaders religieux n'ont plus d'influence, les maisons d'enseignement passent au secteur public et n'achètent donc plus d'uniformes ou d'objets religieux. Quant au nationalisme, il s'agit d'un argument qui, bien sûr, souffre beaucoup de la concurrence des magasins de l'ouest de la ville mais de plus en plus des immenses centres commerciaux des banlieues où les méthodes de vente, les poli-



tiques de prix et les vastes stationnements font oublier le peu de représentativité canadienne-française de ces entreprises.

Dupuis avait misé sur le développement de l'est de Montréal. Mais le centre commercial francophone de Montréal a connu le même sort que le centre-ville de Québec qui a vu aussi disparaître ses trois grands magasins à rayons Paquet, Pollack et le Syndicat de Québec. La population du quartier a subi de profondes transformations. Elle a d'abord diminué, entraînant la disparition de plusieurs églises et écoles. Elle a aussi vieilli et s'est appauvrie. Enfin l'ouverture du métro permettait aux gens résidant dans le nord et l'est de la ville de se rendre plus facilement dans l'ouest où se trouvent concentrés les grands magasins et les boutiques plus prestigieuses. Un magasin de sept étages, seul dans un quartier excentrique et dégradé, devenait un anachronisme... ♦

Le magasin Dupuis Frères au début du siècle rue Sainte-Catherine. Le même commerce en 1951, sur la même artère. (Coll. Robert Trudel).

**Robert Trudel** est sociologue et professeur de sociologie au cégep de Lévis-Lauzon.