

Enseigne nouvelle à la mode ancienne

Antoine Dumas

Number 51, Summer 1968

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/58230ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

La Société La Vie des Arts

ISSN

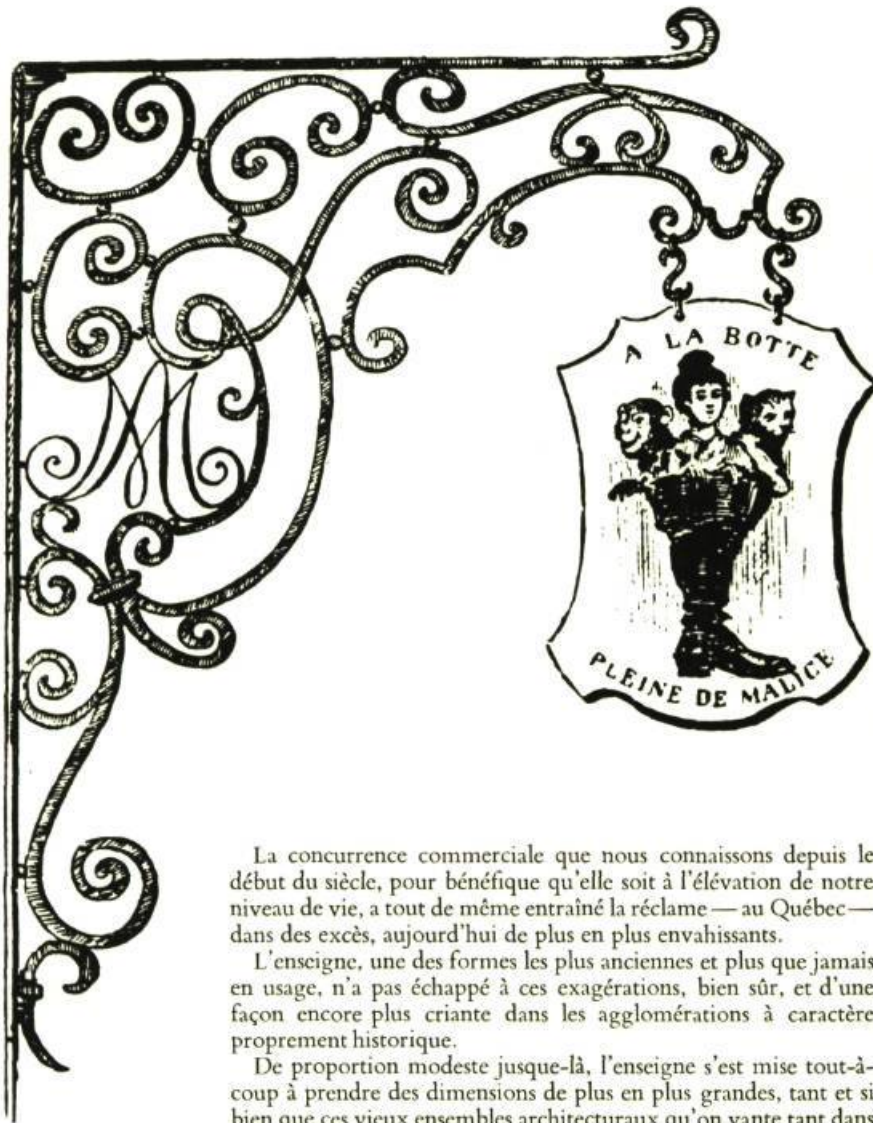
0042-5435 (print)

1923-3183 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Dumas, A. (1968). Enseigne nouvelle à la mode ancienne. *Vie des arts*, (51), 36-41.



La concurrence commerciale que nous connaissons depuis le début du siècle, pour bénéfique qu'elle soit à l'élévation de notre niveau de vie, a tout de même entraîné la réclame — au Québec — dans des excès, aujourd'hui de plus en plus envahissants.

L'enseigne, une des formes les plus anciennes et plus que jamais en usage, n'a pas échappé à ces exagérations, bien sûr, et d'une façon encore plus criante dans les agglomérations à caractère proprement historique.

De proportion modeste jusque-là, l'enseigne s'est mise tout-à-coup à prendre des dimensions de plus en plus grandes, tant et si bien que ces vieux ensembles architecturaux qu'on vante tant dans nos publications touristiques en ont été littéralement défigurés.

Contre cet empiétement démesuré du mauvais goût, beaucoup de petits commerçants ont heureusement réagi. En effet, un certain nombre d'enseignes récentes et agréablement adaptées à l'atmosphère de nos vieilles rues ont surgi et prouvent jour après jour qu'il est possible d'allier l'utile à l'agréable; et qui plus est, elles contribuent à ranimer l'intérêt, lentement perdu, pour des quartiers historiques particulièrement riches, notamment ceux de Québec et de Montréal.

Néanmoins, toutes intéressantes qu'elles soient, certaines de ces nouvelles enseignes risquent de pécher par invraisemblance, surtout celles qui s'inspirent de ce qui existait ici, en ce domaine, sous le Régime français.

Outre l'enseigne du Chien d'Or à Québec, datant de 1734, et qui, à vrai dire, est beaucoup plus une inscription, il ne nous reste malheureusement, de toute cette époque, aucune reproduction graphique du moindre écriteau.

Cela ne veut pas dire pour autant qu'il n'en existait pas. Au contraire, on peut même supposer que l'enseigne figurait en assez bonne place; la presse n'existant alors pratiquement pas au Canada, l'enseigne demeurait le principal moyen d'attirer la clientèle. D'autre part, comme les analphabètes étaient relativement nombreux, on peut même supposer que ces enseignes faisaient abondamment appel à l'image, à la forme découpée et en ronde-bosse.

Les seuls noms des enseignes, que Philéas Gagnon a pu relever à



1. Enseigne française du début du XVIII^e siècle annonçant une auberge de Picardie, intitulée LA BOTTE PLEINE DE MALICE. Panneau rectangulaire festonné, avec dessin peint, suspendu à une potence très ouvragée. (Tirée de "L'Enseigne" de J. Grand Carteret, 1902, Grenoble, Bibliothèque Saint-Sulpice.)

2. Enseigne récente, restaurant LE SAINT-AMABLE, Montréal. Panneau oval, peint noir, lettres blanches, et à potence. (Photographée en 1967.)

ENSEIGNE NOUVELLE A LA MODE ANCIENNE

par Antoine Dumas, professeur
École des Beaux-Arts de Québec



Québec dans les actes notariés du Régime français, ne manquent pas d'être évoqueurs:

LA VILLE DE LA ROCHELLE, Jean Maheu, aubergiste, rue Sous-le-Fort, 1668;

AU BIEN CHAUSSÉ, André Spénard, cordonnier, rue Sainte-Anne, 1692;

AUX TROIS PIGEONS, la veuve Lefebvre, aubergiste, au Cul-de-Sac, 1716;

LION D'OR, Pierre Chupin dit Lajoie, tavernier, rue Saint-Jean, 1751;

LE ROI DAVID, Charles Pouliot, tavernier, rue Mont-Carmel, 1751.

comme à celui de la décoration en général. Malgré un retard de quelques décades, les artisans puisaient aux mêmes sources que ceux de France.

Comme on le sait, entre 1650 et 1750, les arts en Nouvelle-France étaient marqués par le style Louis XIII, avec ses lignes droites, ses grandes surfaces verticales, ses frontons, ses motifs à pointe de diamant. Tandis qu'à partir de la seconde moitié du XVIII^e siècle, ce fut au tour des styles Régence et Louis XV, aux lignes chantournées et rehaussées de coquilles et de spirales. D'autres styles de provenance tant

également être observés au musée Carnavalet, à Paris.

Ce retour aux sources est certes très recommandable et ne manquerait pas d'être apprécié, mais il faut également rechercher le caractère propre qu'avait la Colonie à cette époque lointaine, sa vie, ses coutumes, ses interprétations locales des styles en cours, et même au besoin consulter notre histoire. Car alors, toute création, pseudo couleur locale, malgré les plus louables efforts, risquerait de demeurer étrangère.

D'autre part, sous le Régime anglais, et



Certains types d'enseignes, en usage jusqu'à tout récemment, avaient une tradition lointaine que nos ancêtres ont dû également perpétuer, tels que le pilon pour le médecin-pharmacien, la pomme de pin pour le cabaretier (parce que les tonneaux étaient enduits de résine) ou encore le lierre (à cause de ses vertus, disait-on, contre l'ivresse), enfin le bâton bigarré pour le barbier-dentiste.

A défaut de documents authentiques, répétons-le, il est facile d'imaginer l'habileté et l'esprit créateur des artisans de cette époque. Il n'est que de constater ce qu'ils ont pu réaliser en sculpture, en ébénisterie et même en ferronnerie pour imaginer leur savoir-faire en matière d'enseigne.

Même fabriquées en feuilles de tôle, leur style devait s'apparenter à celui du mobilier

anglaise qu'américaine apparurent également vers 1780 et inspirèrent aux artisans des motifs originaux.

Comme pour le mobilier, l'emploi de la couleur sur les enseignes devait être fréquent, notamment le bleu-vert, le blanc-ivoire, l'ocre rouge alors en usage et probablement le noir ainsi que la feuille d'or.

Néanmoins, il n'est certainement pas de source plus sûre en matière d'enseigne locale que l'Europe elle-même. Bon nombre d'entre elles, en usage en France et même en quelques pays limitrophes aux XVII^e et au XVIII^e siècles, ont pu être conservées jusqu'à maintenant dans leur état original. De très beaux spécimens ont d'ailleurs été recueillis par René Creux dans son volume *Images dans le Ciel*; d'autres encore peuvent

plus particulièrement au cours de la première moitié du XIX^e siècle, apparurent pour la première fois quelques documents graphiques très révélateurs en matière d'enseignes. En effet, certains dessins de Sproule, de Bartlett et principalement de Cockburn, laissent entrevoir dans leurs paysages ou scènes de rue quelques types d'enseignes; encore sont-elles représentées d'une façon souvent imprécise.

Ce qui nous frappe à prime abord en examinant ces œuvres des années 1830, c'est la grande simplicité des enseignes quant aux lignes maîtresses et au lettrage, ainsi que l'homogénéité d'ensemble. Elles sont presque toutes des enseignes dites à "plaque", c'est-à-dire posées à plat sur la façade et non en saillie sur le trottoir.

Cockburn, par contre, nous signale dans

ses dessins quelques exceptions tels un chapeau haut-de-forme et mieux encore une statue de Neptune, grandeur nature, provenant de l'auberge Neptune Inn, Côte-de-la-Montagne, à Québec. Cette dernière pièce, d'ailleurs, est conservée au musée du Québec.

La forme des enseignes de cette époque est généralement rectangulaire et parfois surmontée au centre d'une surface en demi-cercle de style géorgien. Outre celles placées verticalement sur le rebord d'une corniche, la plupart apparaissent au-dessus de la porte de l'établissement ou encore contre la partie du mur entre les fenêtres du rez-de-chaussée et celle du premier étage. Il était même d'usage de les incliner légèrement afin d'en faciliter la lecture depuis le trottoir. Certaines sont couvertes de sujets figuratifs, animaux, plantes et même des scènes de genre, tels de vrais tableaux de chevalet. Enfin, on se contentait parfois de peindre sur la muraille le nom de l'établissement en gros caractères.

C'est à partir de la seconde moitié du XIXe siècle que les documents sur les enseignes deviennent à la fois plus nombreux et plus complets. Ils sont presque tous tirés de clichés photographiques représentant les grandes rues ou certains recoins pittoresques de Montréal et de Québec.

En examinant ces clichés à la loupe, même si les limites techniques du temps ont provoqué l'escamotage de détails indicateurs, apparaissent bon nombre d'enseignes qui nous échappent à première vue, et parmi lesquelles beaucoup d'intéressantes et de typiques de l'époque.

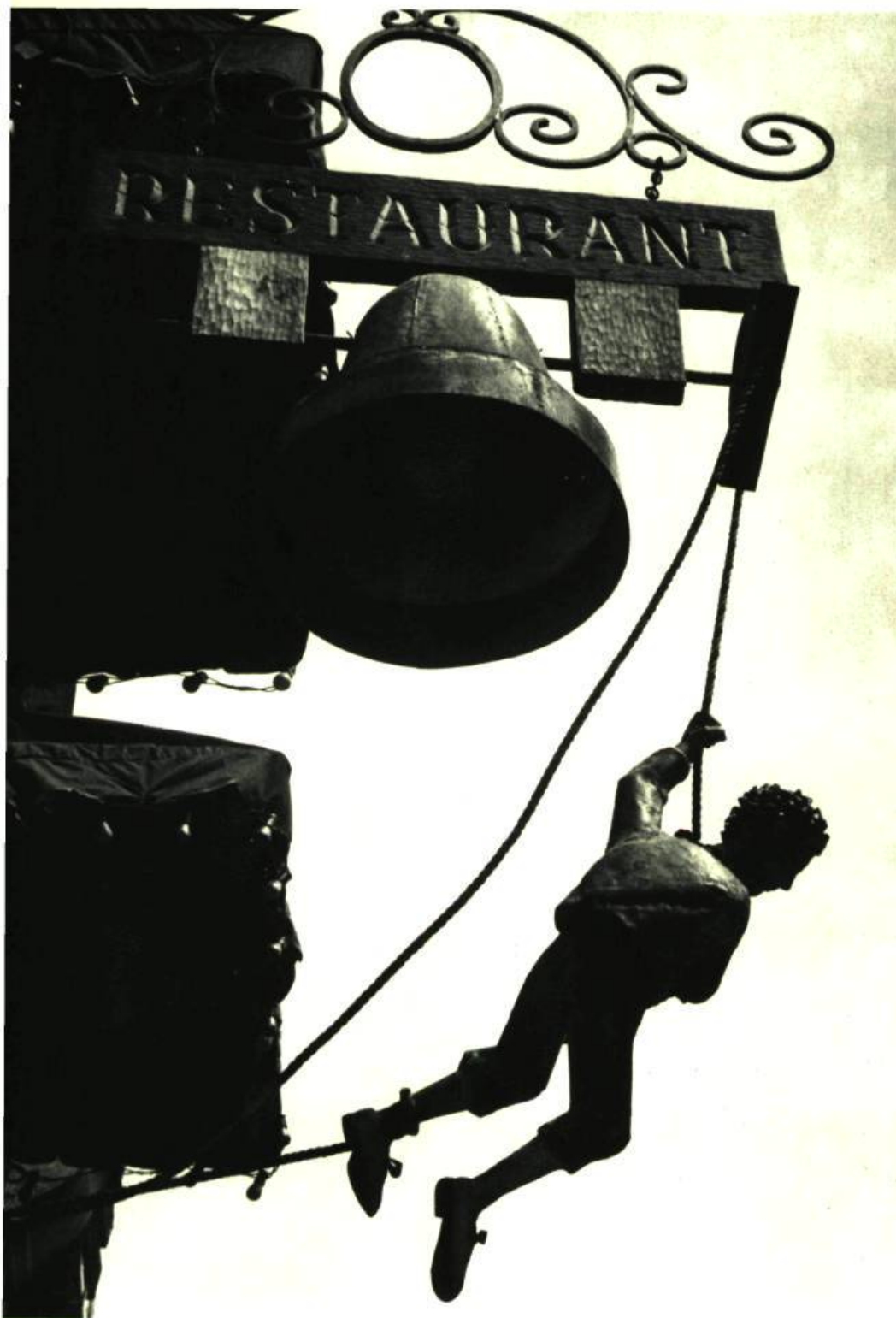
Cette époque, en effet, est nettement différente des précédentes, tout au moins pour Montréal qui, à partir de 1860, amorce l'élan qui fera de cette ville ce qu'elle est aujourd'hui. Du coup, les rues changent d'aspect et les édifices prennent de l'ampleur. Derrière les sévères façades victoriennees, les marchands se font négociants et les boutiques deviennent grands magasins. L'ère de la publicité tapageuse est commencée et les enseignes marquent le tempo.

3. Enseignes d'échoppes et de salles de jeu de la foire Saint-Ovide, installée temporairement Place Louis-le-Grand à Paris, vers 1750. (Tiré de: *LE XVIIIe SIÈCLE, institutions, usages et costumes*; Paul Lacroix; Paris 1875; propriété des Archives du Québec). Type de foire commerciale qui devait régner à Québec, ainsi que le décrit de la Potherie dans ses notes en 1702.

4. Enseigne boutique confections BOUTIQUE SOLEIL, rue Bonsecours, Montréal. Disque métallique, peint noir avec lettres blanches, entouré de rayons en fer forgé et disposé en saillie. (Photographiée en 1967)

5. Type d'enseigne d'auberge routière que l'on pouvait voir en France au milieu du XVIIIe siècle. (Tiré de: *LE XVIIIe SIÈCLE, institutions, usages et costumes*; Paul Lacroix; Paris 1875; propriété des Archives du Québec).





6. Enseigne récente, restaurant LA CLOCHE D'OR, Québec. Carillonneur suspendu à une cloche; enseigne ronde-bosse disposée en saillie sur le trottoir. (Photo 1967)
7. Enseigne du fourreur Marcoux Furrier, rue Saint-Jean à Québec, 1830. Enseigne "à plaque" rectangulaire) avec dessin peint, surmontée d'un demi-cercle. (Tirée d'un dessin de Cockburn; Inventaire Oeuvres d'Art,
8. Série d'enseignes ronde-bosse, représentant marteau, cadenas, etc. rue Saint-Paul face Marché Bonsecours à Montréal, 1884. (Inventaire Oeuvres d'Art)
9. Enseigne du quincaillier Shaw, rue Saint-Jean, Québec, 1865. Forme d'une bouilloire en ronde-bosse suspendue sur le trottoir. (Inventaire Oeuvres d'Art)

L'enseigne en saillie reprend la vedette, mais en même temps qu'elle s'amplifie, elle devient de plus en plus stéréotypée. Tout semble peu à peu marqué du sceau de l'efficacité. Le dessin y devient plus rare ou disons plus discret. L'enseigne murale existe, bien sûr, mais on ne lui confie plus désormais que le nom officiel de l'établissement.

De nouveaux types d'enseignes, ou du moins des types peu utilisés auparavant, sont ajoutés aux précédents pour mieux attirer l'attention: il s'agit principalement d'enseignes semi-cylindriques placées en encoignure de porte ou contre les colonnes d'une façade, de croissants épousant la forme d'une imposte, de médaillons indiquant en très gros chiffres le numéro civique, d'appareils d'éclairage à message publicitaire, et même d'arrangements typographiques en travers des vitrines ou sur les auvents.

L'enseigne en ronde-bosse apparaît encore régulièrement sur les clichés du temps: bottes, chapeaux, pipes, clefs, montres, mortiers, lunettes, bâtons de barbier, généralement fabriqués en métal laminé, sont les formes les plus fréquentes. Il en apparaît également d'autres moins usités, tels des ciseaux, une bouilloire, une lyre et même un cheval. Mais, en comparaison avec les autres types d'enseignes, la ronde-bosse se fait lentement plus rare. Peut-être la trouvait-on plus coûteuse et moins efficace?

La part du lettrage dans l'enseigne, même s'il en était peu question jusqu'à maintenant, n'est assurément pas la moindre; on sait qu'il peut rehausser ou briser un ensemble qui se veut esthétique, selon qu'il est réalisé avec âme ou par habitude. En ce sens, malgré certaines maladresses d'écriture, les enseignes des XVII^e et XVIII^e siècles révèlent beaucoup plus de sensibilité de la part de leurs auteurs (cf: *Images dans le ciel* de René Creux) que celles de la fin du siècle dernier. Contrairement aux premières, où tout est suggestion, mesure et naïveté, les écrits dans les dernières sont abondants et les caractères agressifs. Mais le choix en est également plus restreint et plus uniforme. On utilisera, pour employer des termes typographiques, le didot, le stymie à empattement lourd, le grotesque avec ou sans ombrage, le garamond aux fûts courts et élancés et quelquefois le script aux courbes et ligatures raffinées.

La disposition du lettrage, en revanche, offre beaucoup de fantaisie au cours de cette seconde moitié du XIX^e siècle. Outre celles à l'horizontale, les compositions les plus fréquentes sont en demi-cercle ou en anse de panier. Il n'est pas rare de voir toutes ces figures utilisées à la fois sur une même enseigne, sans que cela nuise pour

autant à un équilibre d'ensemble généralement harmonieux. D'autres arrangements encore plus poussés, avec médaillon central, décorations linéaires ou autres enjolivures, offrent l'aspect d'un véritable cartouche.

L'enseigne, cette nécessité commerciale, peut être aussi une belle chose et, quoiqu'en pense bien des gens, une forme d'art au même titre que tout ce qui orne l'architecture d'un édifice et qui normalement est destiné à plaire aux yeux.

De bois, de métal et même avec quelque mode d'éclairage, elle est au départ un dessin dans l'espace, une sculpture dans le temps, soumise de ce fait aux lois de la composition et de l'équilibre. Et sa fonction étant de signaler un lieu et d'y attirer l'attention, elle est tenue par surcroît, d'être originale et parfaitement intégrée.

Toutes ces exigences ne peuvent évidemment se satisfaire de solutions prises au hasard, selon les caprices de la mode du jour; encore moins lorsqu'une enseigne est destinée à un vieil immeuble. Sa création, au contraire, demande beaucoup plus d'imagination car elle doit aussi tenir compte des modes commerciaux actuels. En certaines circonstances, elle nécessitera même, par respect pour les lieux et l'âge des immeubles, une certaine connaissance de la petite histoire, celle de ses gens, de ses usages, de son décor.

Québec et Montréal, pour ne nommer que ces deux villes, possèdent des sites et des vestiges du passé qui se comparent à bien des coins d'Europe. La vie les anime toujours, souvent en abondance et parfois même à un rythme volontairement d'antan.

Aussi dans un tel cadre, l'enseigne conçue

pour des espaces neufs et des immeubles immenses, ne peut-elle être qu'agaçante et d'un anachronisme provocant. La plus attrayante, au contraire, sera encore celle qui reflète le mieux l'esprit d'une époque à laquelle appartient telle ou telle façade, celle qui s'inspire des principes qui guidaient nos artisans d'autrefois en ces mêmes lieux. Mentionnons, entre autres, la fantaisie dans l'appellation d'un commerce liée à une sobriété du texte, l'originalité dans la forme de l'enseigne ainsi que son rapport agréable avec tout l'immeuble et la concurrence loyale entre les enseignes d'une même rue ou place,

Il n'est pas question bien sûr de stéréotyper l'emploi de l'enseigne à caractère ancien, encore moins d'utiliser toutes sortes d'enjolivures pseudo anciennes sous prétexte de faire couleur locale. Qu'il



7



8

suffise de retrouver ce qui est. Le confort et la technique modernes sont un bienfait et doivent y demeurer, mais qu'on les adapte à ces lieux bien spécifiques. Qu'on se contente de supprimer toutes ces horreurs qui donnent sur la rue, ces poteaux, ces fils, ces escaliers de service, ces portes et fenêtres métallisées, ces marquises "fiberglass", ces tuyaux de ventilation et je ne sais quoi encore. Elles enlaidissent infailliblement ces immeubles aux lignes agréables, les rendent ridicules, et pire encore, en font souhaiter la démolition.

L'enseigne alors n'aura plus de prouesses à exécuter pour attirer l'attention. Réduite à des dimensions esthétiques, elle gardera quand même toute son efficacité et ainsi elle correspondra mieux à ces sites historiques, dûment circonscrits par une loi et acceptés d'emblée par la majorité, tout au moins pour des raisons d'ordre touristique.

9