

Hourra! Le catalogue Eaton est arrivé!

Andréé-Anne de Sève

Numéro 40, hiver 1995

Les grands magasins, un nouvel art de vivre

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/8672ac>

[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

de Sève, A.-A. (1995). Hourra! Le catalogue Eaton est arrivé! *Cap-aux-Diamants*, (40), 18–21.

HOURRA! LE CATALOGUE EATON EST ARRIVÉ!



Déjà, au tournant du XIX^e siècle, T. Eaton Co. de Toronto cherche à conquérir la clientèle québécoise en adressant partout son catalogue saisonnier. Ce spécimen en anglais de 1894-1895 (automne-hiver) comportant plus de 197 pages abondamment illustrées, est conservé depuis lors dans la famille Létourneau de Saint-Roch-des-Aulnaies. (Coll. Cécile Tremblay et Roland Létourneau).

Il est enfin arrivé! C'est l'almanach des désirs pour tous les membres de la famille.

par Andrée-Anne de Sève

TRANSPOSONS-NOUS DANS LA VIE DE NOS AÎEULES quelque part dans le temps et l'espace, à la fin du XIX^e siècle, au Québec. Par exemple, vous êtes Lucille... Née à la campagne, vous avez marié un honnête cultivateur fort et en santé. Maintenant âgée de 36 ans, vous avez déjà 14 beaux enfants. De bonnes paires de bras pour aider aux travaux des champs. D'ailleurs, le curé

du village en est si fier qu'il n'hésite pas à vous féliciter, à vous encourager dans cette voie et à vous citer en exemple, parfois en chaire le dimanche. Quant à votre jeune sœur Madeleine, c'est différent. Tout le monde est au courant qu'il y a quelques années, elle a épousé un gars de la ville, le fils d'un commerçant qu'elle a rencontré en vacances au village, un bon parti dit-on. Deux garçons seulement sont nés de cette union. Ils habitent à Montréal et connaissent toutes les commodités de la vie urbaine: trains, tramways, grands magasins et services professionnels. Malgré la distance qui vous sépare, vous vous écrivez régulièrement et, chaque été, Madeleine et sa famille vous visitent pour prendre le bon air frais de la campagne.

Un objet de convoitise

Depuis quelques années, vous recevez gratuitement deux fois l'an le catalogue Eaton de Toronto, au bureau de poste du village. Même s'il est en anglais et que personne n'est bilingue, c'est une grande joie pour toute la famille d'en regarder les belles images. Dans la maisonnée, on se le dispute et on veut tout.

Un matin de printemps, votre fille aînée Estelle revient du village tout essoufflée en criant: «Maman, le catalogue Eaton de Toronto est arrivé! Regardez comme il est beau!» À ce moment, Olive, Micheline, Camille et Lazare se précipitent sur le nouveau catalogue «Spring - Summer». Vous-même, Lucille, vous le regardez et voyez avec émerveillement des robes de nuit raffinées pour dames, des jupons en taffetas de «silk», des chemises garnies de dentelle, des robes d'enfants, des chapeaux enrubannés et rehaussés de plumes, des bonnets brodés en organdi. Votre famille est fascinée aussi de voir, dans les pages suivantes, des empiècements de broderie, de filet et de dentelle tous faits à la machine, des rideaux transparents, des sous-vêtements féminins avec un «frill», des cache-corset, des tabliers, des ensembles de jour et de nuit pour les bébés et, en plus, deux belles pages consacrées aux nouveaux corsets. Puis, le catalogue vous offre des rubans, des boutons, des éventails, des sacs en lin pour laver le linge délicat, des mouchoirs ourlés et dentelés, des bas élastiques thérapeutiques, des ceintures dorsales pour hommes, des faux-cols, des livres, des meubles, des vélos. Enfin, vous admirez les

superbes robes longues «fancy»... un vrai rêve! Que faire?

Après quelques jours de réflexion, selon le budget dont vous disposez, vous décidez, Lucille, de faire une commande postale. En effet, vos enfants vous harcèlent pour que vous achetiez des vêtements à la mode de la ville. D'abord, où est le catalogue? Vous le cherchez partout. Finalement, la petite Patricia vous dit que son frère Michel-Charles le regarde dans la chambre à coucher des garçons. Sans frapper, vous ouvrez la porte et surprenez votre jeune homme de quinze ans tout à fait ébloui par les pages illustrant des femmes corsetées! «Mais, qu'est-ce que tu fais là? Attends que ton père rentre à la maison, ce soir!» Michel-Charles, le pauvre, balbutie honteusement: «Mais moman, c'est popa qui m'a suggéré de...». Sans entendre et furieuse, vous reprenez le catalogue et fermez brusquement la porte. Puis, toujours en colère: «Surtout Michel-Charles, n'oublie pas de confesser ça à monsieur le curé!» Ah! les jeunes d'aujourd'hui, ce n'est plus comme autrefois...

Des marchandises pour toute la famille

Calmée de vos émotions et entourée de vos filles et de vos jeunes garçons, vous commencez à faire votre liste de ce que vous pouvez acheter. Micheline veut une longue robe en soie et satin, cintrée et garnie d'une grande boucle décorative sur la poitrine. «C'est tellement la mode, moman, toutes les belles dames de la ville en portent», dit-elle. «Non ma fille, il n'en est pas question. Je vais tisser moi-même le tissu et je te ferai une robe identique à celle-ci, en copiant le modèle. On pourra même croire que je l'ai achetée!» Quant à Estelle, elle désire un corset «drabe». «Vous savez moman, il faut que je pense à ça, après tout, je me marie l'an prochain». Dans le catalogue, elle choisit le corset «filled with steel», numéro 78; il coûte 75 cents. Vous êtes d'accord, car c'est un achat pratique. Toutefois, vous lui demandez de bien vouloir le donner à sa sœur Olive, après le mariage, puisqu'il lui sera probablement vite inutile. Olive est enchantée. Dans un élan de bonheur, elle vous promet de le porter, même la nuit. Ensuite, vous commandez pour Thérèse et Jeanne deux «Misses' Drawers», les moins chers, garnis d'un «umbrella frill» à 35 cents l'unité. Elles le porteront sous leur jupe, les dimanches et au mariage. Elles sont si heureuses qu'elles sautillent de joie. Elles n'en ont pas vraiment besoin, mais l'image du catalogue est tellement bien dessinée que vous ne pouvez résister! Puis, Rose, âgée de 11 ans, vous demande: «Moman, c'est quoi ça des "antiseptic hygienic towels à 1,25 \$"?» Très étonnée, vous regardez l'image, le numéro 90... Après quelques secondes d'hésitation, vous répondez timidement à votre fille: «C'est... je pense que c'est

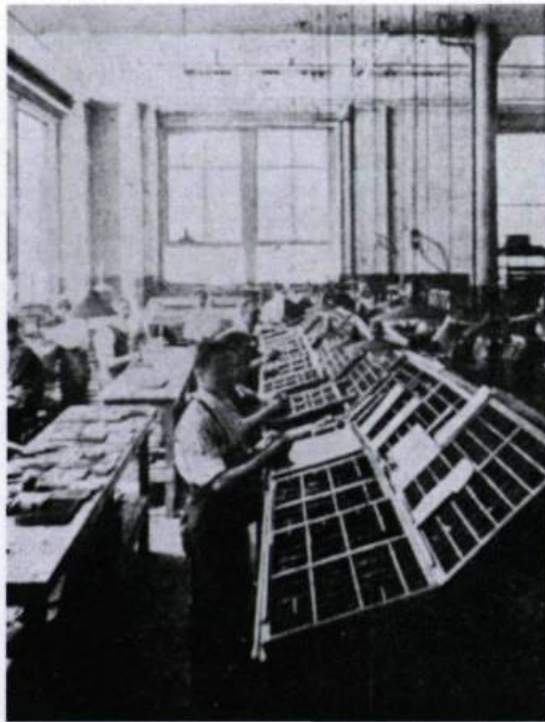
des... enfin... peut-être que... de toute façon, c'est inutile et c'est gaspiller l'argent de commander ça. Ici, on a tous les linges qu'il faut. Quand tu seras grande fille, je t'expliquerai...». Perplexe et perdue dans vos pensées, vous ne pouvez concevoir que l'on puisse fabriquer et vendre des choses comme ça, dans un catalogue illustré... Mais où s'en va le monde?



La publicité de Eaton à la Belle Époque vante la vastitude du magasin. L'édifice éclairé de 15 000 ampoules, animé de 16 ascenseurs pour passagers et de 16 autres de service liant cinq acres de planchers couverts de marchandises, s'étend sur quatre rues. Les premiers niveaux seront réunis vers 1910 par des escaliers mécaniques. Illustration tirée du catalogue 1894-1895 (automne-hiver). (Coll. Cécile Tremblay et Roland Létourneau).

Dans les campagnes les plus éloignées, la coquetterie féminine peut s'ajuster à la dernière mode jusque dans les chapeaux et les sous-vêtements (telles les culottes à grandes jambes). Illustrations tirées du catalogue Eaton de 1901. (Coll. privée).

À partir de 1884, pour des raisons d'économie, Eaton imprime lui-même ses catalogues et tout texte publicitaire. Ici, l'atelier de composition du grand magasin à Toronto, tiré d'une série de 50 cartes stéréoscopiques consacrées à l'entreprise. (Coll. Ronald Chabot).



Pour faciliter la commande postale, chaque catalogue comporte instructions, bons et enveloppe dans l'imprimé (automne-hiver) de 1894-1895. Ce n'est qu'en 1927 que la clientèle francophone aura droit à une version française du catalogue distribué par le grand commerçant torontois. (Coll. Cécile Tremblay et Roland Létourneau).

Ensuite, vous désirez faire plaisir à Marie-Louise, pensionnaire chez les ursulines au couvent de Roberval. À l'été, elle sera enfin domestique chez des bourgeois anglophones en villégiature au village. C'est une fille fière, et vous voulez lui offrir un beau grand tablier, le numéro 309, «Blue colored Holland, pocket, bib finished with braid» à 25 cents. Quelle surprise lorsque vous recevrez la commande! Imaginez, Lucille, «blue colored Holland»... C'est peut-être aussi beau que le ciel, sait-on jamais! Ainsi, elle sera bien mise pour vaquer à ses travaux ménagers. Finalement Jacques, votre mari, a besoin d'une paire de chaussures propres. À quoi ressemblent les souliers? Là, il faudra aussi attendre l'arrivée de la commande. Le catalogue illustre seulement le contour des semelles. On y offre cinq grandeurs de «Boots shoes», numérotées 15, 16, 17, 18 et 19 pouces. Vous mesurez donc une vieille semelle de souliers de «beu» (cuir de bœuf) de votre mari: 16 pouces et demi. Vous choisissez la peinture 19; ces souliers coûtent 1,25 \$. Comme ça, vous êtes certaine qu'ils ne seront pas trop petits pour lui. Après tout, il faut garder l'esprit pratique. Et vous voyez déjà votre mari se promener avec ses souliers du magasin... comme votre beau-frère de la ville! En réfléchissant, vous croyez qu'il est inutile, pour l'instant, de mentionner cet achat à votre mari. Vous le savez très bien, Lucille, et Madeleine vous approuve, le magasinage et les catalogues de mode n'intéressent que les femmes et les enfants. Que voulez-vous, à cette époque, les femmes achètent et les hommes paient.

Et encore une fois, vous feuillotez lentement le catalogue. Tout à coup, Olive vous implore: «Moman, achetez-vous un beau chapeau de printemps, comme ceux de tante Madeleine, oh! moman, vous seriez si élégante!». Estelle, Micheline, Évelyne et Lazare vous regardent avec des yeux suppliants. Émue et émerveillée, vous rougissez déjà d'orgueil à l'idée de porter un si joli chapeau «Short back sailor, in Cuba braid, trimmed ribbon bows and buckle, band of ribbon and velvet around crown, velvet fold under brim», à la toute dernière mode de la ville, et ça, sur le perron de l'église du village... Après quelques hésitations et plusieurs incitations de vos enfants, vous succombez à la tentation... De toute manière, le numéro 223 est un «special» à 3,50 \$. Et puis, il vous restera toujours la confession...

Les commandes postales

Maintenant Lucille, il faut adresser votre liste de marchandises chez Eaton, à Toronto. Les instructions pour commandes postales sont indiquées à la page couverture intérieure, en anglais évidemment. Toutefois, vous lisez ceci pour la première fois: «À nos Clients Français - Nous

THE T. EATON CO. LIMITED
 MAIN ENTRANCE, 150 YONGE STREET TORONTO, ONT.
 Date _____
 DESCRIPTION OF GOODS (Write not over 200 characters)
 QUANTITY _____ PRICE \$ _____
 SIZE _____
 Total \$ _____
 Enclosed Find _____
 Post-Office Order _____
 Bank Draft or Check _____
 Express Order _____
 Payment by Cash _____
 THE T. EATON CO. LTD.
 190 YONGE ST. TORONTO ONT.
 CANADA'S GREATEST STORE
 Name _____
 Post-Office _____
 Province _____
 Amount for Postage and other charges, \$ _____
 Total \$ _____
 SEE OTHER SIDE FOR INFORMATION

préférons que vous nous écriviez en Anglais, mais si vous ne pouvez pas, alors veuillez écrire distinctement en Français» (édition de 1901). Vous rédigez donc, d'une écriture soignée, la liste des articles choisis: un corset, deux culottes à grandes jambes, un tablier, des souliers et un chapeau.

Pour faire parvenir votre commande, vous devez vous rendre en boghey au bureau de poste du village. Le postier, qui connaît bien les procédures, vous propose d'envoyer un mandat postal, plus sûr que de l'argent comptant. Il vous en coûtera 6 sous. Sinon, vous pouvez envoyer le montant total en timbres-poste canadiens. De Toronto «Express or Freight»? Ni l'un ni l'autre. Vous préférez recevoir vos achats par la «Mail». Le postier vous informe que cela coûtera un sou par once, c'est-à-dire 16 sous de plus par livre de marchandise. Mais quel sera le poids de la commande? Environ 4 livres, vous supposez donc que 64 sous de frais seront suffisants. Le postier mentionne: «Madame, pour un "extra for safe delivery", on ajoute encore cinq sous. Et ne vous inquiétez surtout pas, Eaton retourne l'argent en trop». Finalement, vous optez pour un mandat de 7,14 \$ qui vous coûtera 6 sous. Enfin, la commande est partie. Le postier vous remet, par la même occasion, une lettre de Montréal. Elle vient de Madeleine. Votre sœur raconte, entre autres, qu'elle a profité d'un «bargain day» chez Morgan à Montréal pour acheter des cravates à son mari et à ses fils. Quant à elle, elle s'est procuré du «Nail polishers», des «Nail files» et de l'«Oiled silks». Vous ne savez pas ce que signifie «bargain day», mais vous supposez que cela doit être quelque chose de catholique. Après tout, votre sœur n'a pas perdu toutes ses vertus en mariant un gars de la ville!

L'automne est déjà arrivé. Le nouveau catalogue Eaton «Autumn - Winter» de Toronto vient de paraître. Les petites pourront enfin découper les images dans l'ancien. Encore une fois dans la maisonnée, on se le dispute et on veut tout! Quelles belles nouveautés! En plus, on y annonce déjà les cadeaux du Père Noël. Il est beau et plus attrayant que d'habitude et contient encore plus de pages. Que c'est tentant!

Étienne et Xavier, vos jumeaux de 7 ans, sont fascinés par les images. Spontanément, Étienne dit: «Moman, voulez-vous commander au Père Noël du catalogue des dents pour moi, s'il-vous-plaît? Xavier, lui, a encore les siennes». À ces propos, vous éclatez de rire. Gentiment, vous lui expliquez qu'il a perdu ses dents de bébé et que ses deuxièmes dents pousseront bientôt et, cette fois-là, ce seront les dernières. C'est la vie! Discrètement, Lucille, vous souriez et ajoutez: «Étienne, cher enfant, peux-tu imaginer qu'un



a



b



c

Le grand magasin de Toronto possède ses ateliers de création et de couture notamment pour les chapeaux(A) et les blouses(B) pour dames. Le rayon de la vaisselle(C), fort impressionnant, conquerra plus d'une famille québécoise. (Coll. Ronald Chabot).

jour on puisse fabriquer des dents sur mesure et les vendre? Mais voyons donc, acheter des dents? Et pourquoi pas dans un catalogue!» Décidément, Lucille, cet enfant ne manque pas d'imagination... ♦

Andrée-Anne de Sève est historienne de l'art.