



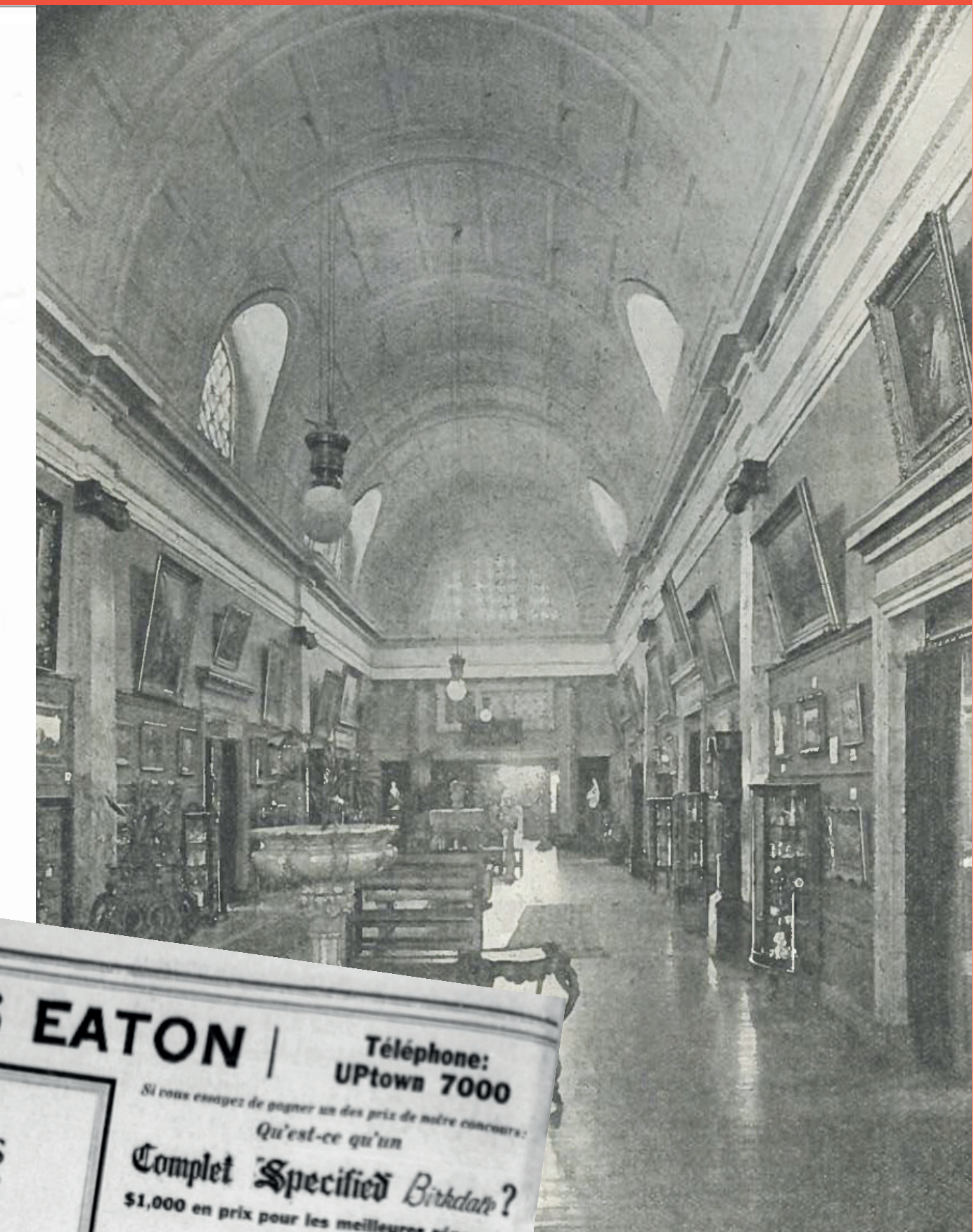
## EXPOSITION artistique française



le 4 Sept. et les jours suivants  
September 4th and Succeeding Days

Au Cinqième  
Fifth Floor

**HENRY MORGAN & CO. Limited**  
MONTREAL



# L'ART DE LA CONSOMMATION

## les galeries d'art des grands magasins montréalais

Marie-Maxime de Andrade  
Maîtrise en histoire de l'art  
Université Carleton, Ottawa

Au courant du XIXe siècle, le commerce de détail moderne voit le jour afin de changer le mode de vie des Occidentaux. Produits de l'urbanisation, de l'émergence des transports modernes et de la production de masse, les grands magasins ont contribué activement à la production, à la distribution et à la consommation de biens, mais également d'objets d'art. Ces établissements de consommation sont emblématiques de toutes grandes métropoles. Vers 1900, Montréal s'en garnit également.

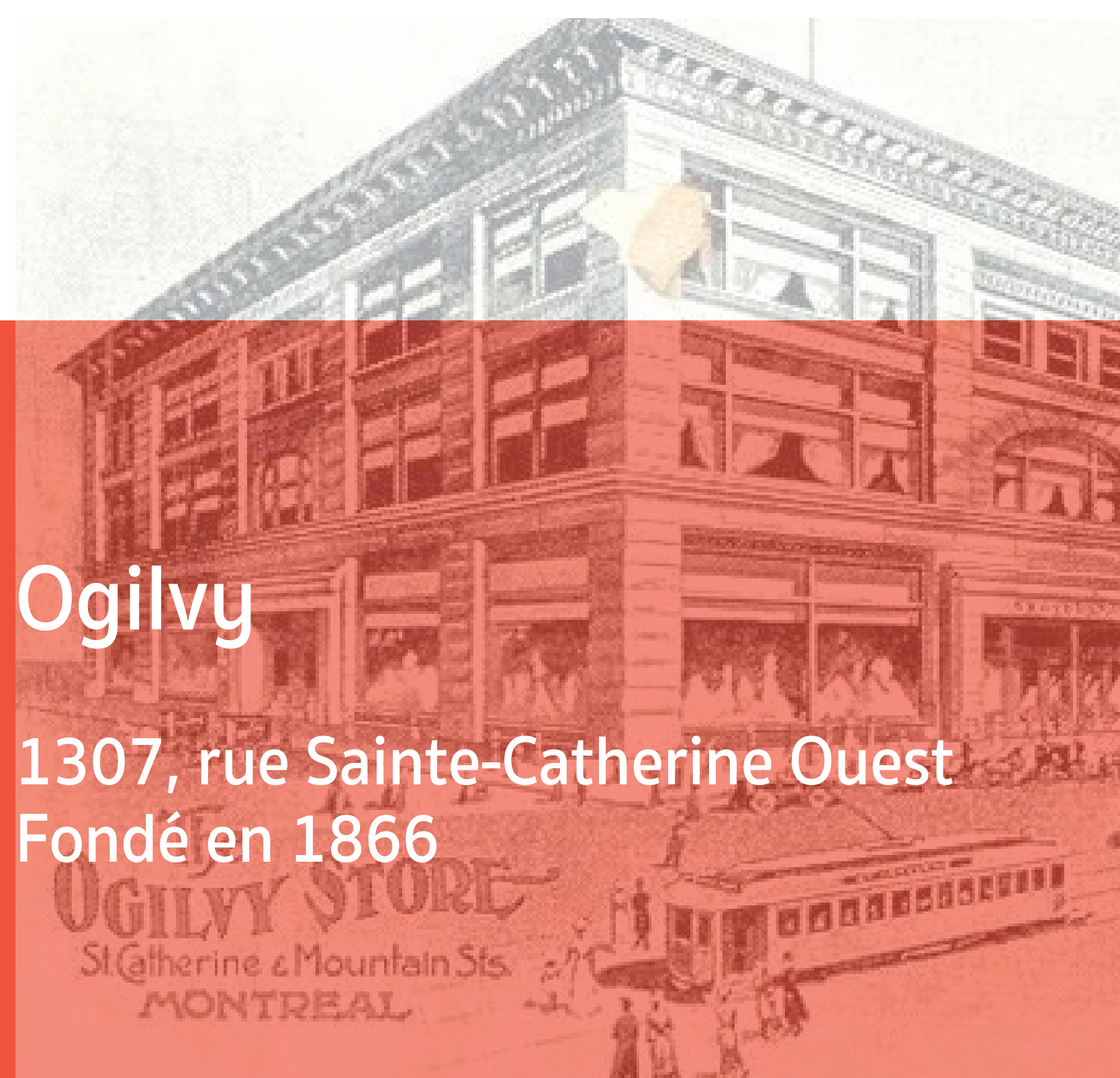
Parallèlement, l'industrialisation et la commercialisation font pénétrer au tournant du XXe siècle l'art dans l'arène publique. Par le biais de la presse illustrée, de la photographie et de reproductions d'œuvres d'art les œuvres d'art entrent ainsi dans le quotidien d'un nombre grandissant de Montréalais. Les grands magasins s'inscrivent dans cette course au divertissement en accueillant des salons et des expositions d'art. Eaton, Dupuis Frères, Morgan ou Ogilvy s'affairent à présenter régulièrement des expositions de tous genres dans des galeries d'art dont chaque enseigne dote ses magasins. Œuvres de grands maîtres européens, artisanat, œuvres canadiennes récentes et contemporaines y sont exposés pour tous.

Les grands magasins s'imposent alors dans le paysage socioculturel de la métropole canadienne comme des lieux privilégiés pour la tenue d'évènements artistiques de tous genres. Par ailleurs, leurs grands espaces et leur accessibilité en font des lieux de choix. Au travers d'un spectacle visuel et d'une expérience esthétique offerte aux consommateurs, on tente d'y créer et d'y augmenter le désir de consommer. De plus en plus fréquent et reconnu à partir des années 1920, ce type d'exposition devient, après la Seconde Guerre mondiale, essentiel à la scène artistique montréalaise. Vraisemblablement, les grands magasins saisissent rapidement l'importance des arts comme outil de promotion de leurs marchandises dont le désir d'achat est suggéré esthétiquement.

Images du haut de gauche à droite:

- Inconnu, Carte postale « Art Gallery — Henry Morgan & Co. Ltd., Montreal », 19 -- ? BAnQ-catalogue multimédia Iris, CP2901 CON, 0002629378.
- Publicité Henry Morgan & Co. Ltd.: Exposition artistique française, 19 -- ? Musée canadien de l'histoire, Dossier: « Henry Morgan & Co. Ltd. », Catalogues B&C, BoîteP-77, f.25.
- Publicité « A Corner of the Simpson Art Gallery », dans « Evolution of a department store. » By Norman Patterson, The Canadian Magazine, Vol.27, no.5 (Sept. 1906): 429. Musée canadien de la Poste (2006-P0002), Dossier: « Simpson's Report on 'Simpson's Ltd./Simpson-Sears' Part3/3 (By Carol J. Anderson, 2003. Source8), BoîteP-79 f.9
- Henry Morgan & Company, « Art Department », dans Catalogue Printemps/Été 1907 Henry Morgan & Company, (Montréal: 1907), p.106. McGill University Archives.
- Inconnu, « Nouvelles des magasins Eaton », La Presse, 43e année, no299 (8 octobre 1927): 28, BAnQ.

Ce travail propose une chronologie commentée de certaines expositions présentées dans quatre grands magasins montréalais. Ainsi, cette recherche réhabilitera l'importance des grands magasins comme lieu de dissémination de l'art lors de la première moitié du XXe siècle. Chacune des institutions marchandes présentées ci-dessous possède un agenda quant à leur programmation artistique, qui par ailleurs s'arrime avec l'image publique promue par chacune d'elles. Chaque enseigne présente des expositions d'art qui s'agencent avec le rôle et l'identité que chacune revendique.



**Ogilvy**  
1307, rue Sainte-Catherine Ouest  
Fondé en 1866



**Eaton**  
677, rue Sainte-Catherine Ouest  
Fondé en 1869 et ouvre ses portes à  
Montréal en 1925



**Morgan**  
585, rue Sainte-Catherine Ouest  
Fondé en 1845



**Dupuis Frères**  
865, rue Sainte-Catherine Est  
Fondé en 1868

La maison James Ogilvy & Sons s'installe aux coins des rues Sainte-Catherine et de la Montagne dès 1896, où elle fait construire son emblématique magasin en 1909-10. Se revendiquant d'une image luxueuse, il s'agit du grand magasin le plus à l'ouest examiné ici. Racheté en 1927 par J. Arthur Nesbitt et dirigé par son fils James Aird Nesbitt, le magasin se dote alors de son image de marque, soit: son tartan et son joueur de cornemuse. Fort de cette tradition écossaise, il est reconnu pour ces nombreux aménagements et services offerts à ses clients, mais surtout ses clientes.

On retrouve parmi ceux-ci un salon de thé ainsi que la Salle Tudor, la première salle de musique à Montréal ornée de plus de 300 panneaux de chênes et d'un orgue monumental. La maison Ogilvy réaffirme la place de choix qu'elle occupe au sein de la scène artistique montréalaise également par les expositions qu'elle s'efforce de présenter dans sa galerie Van Dyck. Exposition d'artistes français ou d'artistes canadiens académiques, on fait appel au bon goût de la bourgeoisie francophile de la métropole et à son sentiment patriotique envers la Grande-Bretagne.

- 2 octobre 1917: Exposition de peintres français
- 9 décembre 1917: Exposition des reliques de guerre
- Décembre 1929: Exposition d'œuvres de John Hammond
- Janvier 1930: Exposition de tableaux de John Innes
- 5 au 20 mars 1930: Exposition de photographies contemporaines des villes de l'univers
- Septembre 1932: Exposition de produits de l'Empire
- Février 1933: Exposition de la collection de peintures chinoises de la famille Kiang
- 16 au 30 septembre 1933: Exposition de produits des Relations étrangères du Canada
- Juin 1950: Exposition de peintures à l'huile par Éric Riordon

Fondée en 1869, l'entreprise de Timothy Eaton ouvre ses portes de la rue Sainte-Catherine en 1925, elle est déjà un vaste empire, dont la clé du succès relève de la vente par catalogue qu'elle est la première à entreprendre en 1884. Rejoignant ainsi tous les Canadiens grâce à ce triomphe des technologies issues de la révolution industrielle et de l'urbanisation, elle incarne cette nouvelle expérience du temps et de l'espace fondamentale aux conditions de vie moderne.

À partir de 1927, sa réputation d'établissement moderne ainsi que son caractère distinctif canadien se font également valoir lors d'expositions d'art dans des galeries qu'elle fait construire au cinquième étage. Dès lors, plusieurs des expositions présentées chez Eaton font valoir le travail d'artistes de la province de Québec et/ou explorent les différentes expressions de l'art moderne. Ainsi, comme le laisse entendre le quotidien La Patrie, le 21 octobre 1927, ceci permet de « placer sous les yeux du public » montréalais tant des œuvres de beaux-arts ou arts décoratifs empreint de modernité et expression de l'identité canadienne.

- 31 janvier 1927: Exposition de grands maîtres de la Carroll collection de Londres
- 10 au 22 octobre 1927: Exposition d'artistes de la province de Québec
- 13 décembre 1927: Exposition de tableaux de maîtres anciens et contemporains
- Mars 1928: Exposition de modes anciennes et modernes
- 23 février 1929: Exposition « L'intérieur moderne »
- 6 au 18 mai 1929: Exposition d'œuvres d'artistes du Québec
- 12 mai 1930: Exposition d'artistes de la province de Québec
- 2 juin 1930: Salon de peinture religieuse

La maison Morgan était l'une des plus importantes compagnies marchandes au Canada au début du XXe siècle. Communément appelé Colonial House, à cause de son architecture, Morgan's se démarque des autres grands magasins par ses marchandises de haute qualité pour laquelle sa clientèle est prête à déboursier.

Ce caractère haut de gamme promu par le magasin se révèle aussi dans la décision d'établir une galerie d'art au cinquième étage de son magasin en 1900. Les expositions qui y sont présentées démontrent le lien étroit entretenu entre les associations féminines de Montréal et le grand magasin. Ce prestigieux espace aux mœurs raffinées rivalise avec les grands magasins français, anglais et américains. Morgan présente en ces lieux tant des expositions commerciales que contemplatives et on y vend des reproductions de grands maîtres européens. Dans son catalogue Printemps-Été 1903, on met de l'avant le rôle d'éducation artistique dont se revendique la Henry Morgan & Compagny par cette initiative.

- 22 octobre au 3 novembre 1900: Exposition d'art et d'artisanat
- Mars 1902: Exposition de « Home Arts »
- 7 mai au 7 juin 1909: Exposition de gravures
- 11 avril 1925: Exposition de peintres russes
- 9 novembre 1925: Exposition d'œuvres picturales d'artistes femmes
- Décembre 1927: Exposition de la collection d'objets d'art français de la baronne Blanche Remy de Turicque
- 15 au 29 février 1936: Exposition d'œuvres de Fritz Brandtner
- 28 mai au 13 juin 1936: « La maison des poupées » la collection de Colleen Moore
- 19 au 26 janvier 1946: Exposition sur l'œuvre de Saul Field: peintures à l'huile, a tempera et aquarelles
- septembre, n.d.: Exposition artistique française

La maison Dupuis Frères est le seul grand magasin francophone qui de par sa taille et sa prospérité intéresse le présent travail. Ainsi, fondée en 1868 par Nazaire Dupuis, cette institution du commerce de détail était l'un des trois principaux grands magasins de Montréal lors des années 1920. Ce dernier entretenait des liens étroits et privilégiés avec le clergé catholique. Se définissant comme le « magasin du peuple », la clientèle francophone de Montréal tendait à s'y reconnaître davantage dans la masse d'institutions de commerce d'origines anglo-saxonnes qui lui sont offertes.

Fière de ses racines canadiennes-françaises, Dupuis Frères est rapide à revendiquer cette particularité comme stratégie marketing. Comme de fait, les expositions d'art présentées chez Dupuis Frères sont héritières du patriotisme propre à sa marque de commerce traduit par son attachement aux traditions canadiennes-françaises. Par exemple, l'exposition de 1927 des travaux domestiques de cercles de fermières de la province de Québec est décrite dans le quotidien La Presse, comme voulant stimuler l'intérêt des industries domestiques, et de faire connaître en ville les travaux de la campagne. Ainsi, on vante les mœurs patriarcales des traditions de cette province francophone. Lors de la Première Guerre mondiale, Dupuis Frères tente de faire valoir par des moments illustres des prouesses militaires canadiennes, les liens étroits entre le Canada français et la France, pays fondateur de l'expression canadienne-française.

- n.d., 1915: Exposition militaire organisée par le Consul général de France
- n.d., 1924: Exposition d'artisanat des aveugles de l'Atelier Nazareth
- n.d., 1925: Exposition des produits canadiens de l'Association des manufacturiers du Québec
- 8 au 15 octobre 1927: Exposition des travaux domestiques de cercles de fermières de la province du Québec

Images du bas de gauche à droite:

- Nouvelle façade rue Sainte-Catherine, 1937 ou 1938, archives du HEC Montréal, fonds Dupuis frères limitée, P049/XP46, 0010.1
- Wm. Notman & Son, vue du magasin de Henry Morgan, rue Sainte-Catherine, Vers 1890, Papier albuminé, 20 x 25cm, VIEW-2539.1, Musée McCord
- Carte postale « The Ogilvy Store », vers 1896, BAnQ, Centre d'archives de Québec, Collection Magella Bureau, P547, S1, S51, S55.1, D2, P863
- International Fine Art Co., Carte postale « T. Eaton Co. Montreal Store », Vers 1927, BAnQ, Centre d'archives de Québec, Collection Magella Bureau, P547, S1, S51, S55.1, D2, P861



Social Sciences and Humanities  
Research Council of Canada

Conseil de recherches en  
sciences humaines du Canada



UQAM

LHPM  
Laboratoire d'histoire et  
de patrimoine de Montréal  
FACULTÉ DES SCIENCES HUMAINES  
Université du Québec à Montréal