

## **Pour oublier la crise Le 9<sup>e</sup> chez Eaton**

Élisabeth Naud

Number 40, Winter 1995

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/8678ac>

[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

Naud, É. (1995). Pour oublier la crise : le 9<sup>e</sup> chez Eaton. *Cap-aux-Diamants*, (40), 42–44.

# POUR OUBLIER LA CRISE

## LE 9<sup>e</sup> CHEZ EATON



**Mélange d'Art déco, de mode paquebot et de style Streamlined, le restaurant du Eaton de la rue Sainte-Catherine est tout simplement délectable...**

par Élisabeth Naud

Le restaurant le 9<sup>e</sup> chez Eaton, bien inscrit dans le mouvement artistique Art déco, a été créé comme attraction commerciale pour relancer les affaires au début de la Grande Dépression économique en 1931. L'architecture, le design et l'aménagement de l'espace pouvant accueillir 650 convives sont si particuliers que l'entreprise en tire immédiatement des cartes postales pour mousser son étiquette. (Coll. Michel Bazinet).

**L**A SALLE À MANGER, DÉPLOYÉE COMME UNE NEF de paquebot, est tamisée d'une douce lumière. Autour de vous, un mobilier Art déco s'ordonne en une véritable mise en scène des années folles. Vous voguez à bord d'un transatlantique, en route pour un voyage vers le passé. Le rêve devient réalité: le restaurant Le 9<sup>e</sup> chez Eaton invite à la détente et à l'imaginaire. La magie des lieux vous a conquis.

En 1931, le magasin Eaton, afin de contrer la crise économique qui sévit, fait un pied de nez à la dépression en aménageant un restaurant au neuvième étage de son édifice montréalais, construit sur la rue Sainte-Catherine en 1925. La stratégie commerciale est simple; en ces temps

difficiles, la principale préoccupation est d'attirer une plus grande clientèle, il faut donc savoir la séduire... et l'étonner.

### Provoquer par l'extraordinaire

Cette conquête d'un marché de consommateurs déséquilibrés par la crise nécessite une planification rigoureuse où le moindre détail est capital. Le projet portera ses fruits s'il sait frapper haut et fort. Provoquer par l'extraordinaire, telle est l'idée maîtresse. Ainsi, dans l'optique de vouloir émerveiller le client par l'originalité, on juge opportun de délaissier toute référence aux styles du passé en jouant la carte de la modernité. Toutefois, aucun compromis ne sera fait quant à l'élégance et à la distinction. L'Art déco, où les lignes épurées et les matériaux nobles se conjuguent avec grâce, répond à ces exigences et gagnera le défi d'avoir su séduire un public québécois au goût conservateur.

Le décor intérieur du restaurant Le 9<sup>e</sup>, tout comme le «coffee shop» du magasin de la même

compagnie à Toronto, est confié à l'architecte Jacques Carlu. Celui-ci, premier Prix de Rome et diplômé de l'École des Beaux-Arts de Paris, saura démontrer ses élans créateurs. Porte-parole de l'Art déco français, Carlu viendra jusqu'en Amérique où une décoration murale du Ritz Carlton de Boston et la décoration des magasins Stewart de New York témoignent de son talent artistique.

à l'entrée, qui fait office de promenoir et de salon de thé, doublé d'une salle à manger au centre pouvant recevoir jusqu'à 600 convives. Deux salles à manger privées ajoutent à l'amplitude des lieux.

L'effet est grandiose. Matières, couleurs, lignes, volumes et lumières, sans oublier le mobilier et



Comment expliquer le lien qui unit l'Art déco, le style paquebot et le décor des grands magasins en cette période économiquement éprouvante?

Tout a commencé à la fin des années 1920. Les Américains, fortement impressionnés par l'Exposition internationale des Arts décoratifs de 1925, et par le décor du paquebot *Île-de-France*, magnifique joyau de l'art moderne, saisissent l'occasion en or d'en mettre plein la vue. C'est ainsi qu'en réaménageant avec éclat le décor de certains de leurs grands magasins à l'image des transatlantiques, ils feront preuve d'une formule gagnante. Grandeur, luxe et distinction, qui caractérisent l'Art déco, se marient en un ensemble digne d'une clientèle qui voyage en première classe, sans cesse à l'affût des dernières nouveautés.

### **Eaton emboîte le pas**

Au Canada, la compagnie Timothy Eaton se lance également dans la course et décide de rafraîchir son «look» en adoptant la mode Art déco version style paquebot. L'ensemble comprend un foyer

les objets décoratifs, reflètent la minutie et le désir d'unité ayant guidé l'artiste. Les moindres détails se donnent la main en un coup de théâtre sans cesse renouvelé. Le foyer est baigné d'une lumière naturelle provenant de larges baies qui ouvrent sur la ville. Le mobilier aux lignes pures composé de bois noir est caractéristique de la tendance de l'époque. Le tissu des meubles souligne un intéressant contraste des couleurs orchestré ici par un jeu dynamique de noir et de teintes claires. L'aménagement intérieur de la salle à manger, conçu dans le même esprit que celui du foyer, fait état d'un prolongement, d'une continuité de style se distribuant aisément d'une aire à l'autre en une agréable impression d'homogénéité.

### **Un décor grandiose**

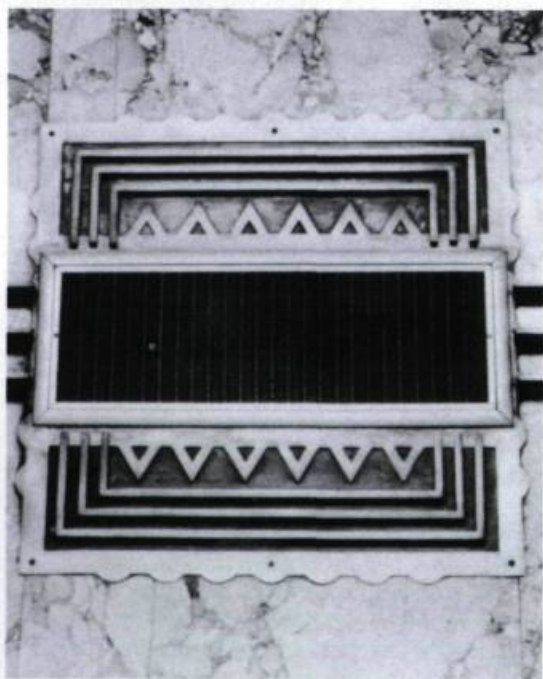
La salle à manger est la pièce de résistance de l'ensemble. De proportion monumentale, elle s'élançait majestueusement, affichant fièrement ses 10 mètres de hauteur. L'architecture se compose d'une nef centrale arrondie, flanquée de bas-côtés, à l'image des salles à manger que

Le foyer d'entrée du restaurant le 9<sup>e</sup> chez Eaton est bien sûr harmonisé au grand restaurant. Fauteuils, tables, vases à fleurs, marquetterie, portes et animation des murs et du plafond sont inscrits sans ambiguïté dans le mouvement de lignes fleuries et géométriques Art déco.  
(Coll. Michel Bazinet).

l'on trouvait sur les paquebots de croisière de l'entre-deux-guerres. À cette fin, l'architecte Jacques Carlu s'est inspiré de la salle à manger de l'*Île-de-France*, lancé par la compagnie française French Line en 1927. Le trait d'union entre



Fumoir de la salle à manger du restaurant le 9<sup>e</sup> chez Eaton en 1976. (Coll. Rothmans of Pall Mall).



Grille du système de ventilation au restaurant du neuvième étage chez Eaton. Partout la coloration Art déco est appliquée au moindre détail d'architecture et d'aménagement. (Coll. Rothmans of Pall Mall).

la nef et les bas-côtés est obtenu par des travées que viennent rythmer des piliers de marbre rose et gris clair. Les deux extrémités reçoivent chacune un balcon enjolivé de balustrades métalliques. En complément, la structure architecturale se voit parée d'une ornementation en accord avec la pureté du style Art déco.

L'éclairage provient de larges ouvertures horizontales procurant une clarté indirecte. En plein jour ou au crépuscule, la lumière naturelle ou artificielle est filtrée par le verre dépoli des baies courant en une suite de frises. L'ambiance lumineuse est accentuée par d'imposants vases en albâtre illuminés de l'intérieur. Ces vases sont déposés sur des socles de marbre noir mettant en évidence la blanche douceur de l'albâtre.

Des bas-reliefs et des murales s'unissent en une complicité stylistique de grand effet. Deux peintures murales, réalisées par madame Anne Carlu, surplombent les portes. Les joies de la chasse et les plaisirs de la paix sont les thèmes qui ont inspiré l'artiste. Ils sont rendus dans une manière préraphaélite où les silhouettes allongées évoluent au sein de paysages improvisés. Les bas-reliefs qui viennent parer les linteaux sont de la main de Denis Gélin. Gibiers, légumes, fruits et oiseaux en stuc font la ronde en une évocation des multiples délices culinaires.

Le restaurant Le 9<sup>e</sup> chez Eaton est l'aboutissement d'un amalgame entre l'Art déco, la mode paquebot et le style Streamlined. Ce dernier voit le jour dans les années trente. Les formes aérodynamiques, véritable fascination, vont désormais créer structures et volumes modelés par des lignes horizontales qui remplacent peu à peu les lignes verticales propres à l'Art déco. Le design industriel et l'architecture vont ensemble pousser la mode Streamlined à ses limites. Des trains aux réfrigérateurs, en passant par les décors de paquebot, toute une panoplie d'objets usuels et décoratifs témoignent de cette époque en plein essor. Le 9<sup>e</sup>, grâce à son décor demeuré inchangé, est l'un de ces trésors dont il faut reconnaître la valeur et l'authenticité. ♦



**Élisabeth Naud** est historienne de l'art et étudiante au doctorat en arts et traditions populaires à l'Université Laval.