

Cher Noël... Noël cher

Yvan Fortier

Number 42, Winter 1989

Les grands magasins : cent ans de séduction

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/18537ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Éditions Continuité

ISSN

0714-9476 (print)

1923-2543 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Fortier, Y. (1989). Cher Noël... Noël cher. *Continuité*, (42), 32–35.

CHER NOËL... NOËL CHER

par Yvan Fortier

Déjà au siècle dernier, le temps des Fêtes avait son corollaire: la fièvre de la consommation.

Page frontispice du Canadian Illustrated News, 25 décembre 1875. Ce n'est pas d'hier qu'on se plaint du caractère commercial de Noël.

La frénésie du magasinage, qui d'entre nous n'y succombe à l'approche des fêtes de Noël et du Nouvel An? Orchestrée par ce bon vieux Père Noël, cette ronde de la consommation, qui nous semble si typique des sociétés modernes, a déjà ses adeptes dans le dernier quart du XIX^e siècle. C'est du reste au cours de cette période que se produit un glissement dans la coutume des cadeaux; on tend de plus en plus, en effet, à substituer les cadeaux de Noël aux étrennes du Nouvel An, et ce, que l'on soit en Angleterre, aux États-Unis ou au Canada.

La fête ne saurait être complète sans l'arbre de Noël et ses décorations. Cette pratique de dresser un arbre décoré est issue des pays du nord de l'Europe. L'arbre de Noël commence à s'intégrer à la culture populaire des pays germaniques à compter du XVI^e siècle. Avec l'émigration allemande, la coutume se transplante en Amérique dès le XVIII^e siècle, et en Angleterre au début du XIX^e siècle; son rayonnement demeure néanmoins très limité. Jusqu'en 1900, la «carrière» du sapin de Noël sera avant tout bourgeoise.



Le cousin et mari de la reine Victoria, le prince Albert de Saxe-Cobourg-Gotha, est celui qui contribue le plus à répandre la coutume du sapin de Noël dès 1841. L'arbre de Noël, «the new German toy», comme se plaît à l'écrire Charles Dickens, gagne ainsi ses lettres de noblesse. En Amérique, dans la seconde moitié du XIX^e siècle, il devient bientôt le complément indispensable des étrennes: en effet, jusque vers 1900, l'arbre de Noël tire une bonne partie de

son ornementation des cadeaux suspendus à ses branches. À ce compte, le beau sapin, c'est celui qui exhibe les plus belles étrennes, les plus nombreux cadeaux; il est en quelque sorte un baromètre de la consommation. On le pare également de petites bougies multicolores, comme en fait foi cette annonce parue le 15 décembre 1865 dans un journal montréalais, et qui propose des «chandelles coloriées pour arbres de Noël».



Fromage de Noël.

LE PLUS GROS FROMAGE qui ait été offert en vente à Montréal. Il a 11 pieds 7 pouces de circonférence, 18½ pouces de largeur et pèse 1,021 livres. Maintenant visible.

ALEX. McGibbon.

La Minerve, 22 décembre 1863.

MAGASINER AU SIÈCLE DERNIER

Déjà, à l'époque, certains magasins se font plus attrayants pour gagner la faveur de la clientèle. À la fin de 1867, le magasin d'alimentation de William McGibbon, à Montréal, nous en fournit un exemple. Pour mieux vendre ses fruits importés, ses fromages, ses viandes ou encore les cinq cents douzaines de tartes aux fruits dont il a fait provision, McGibbon annonce que «le magasin sera décoré de verdure et d'ornements de Noël pendant les fêtes». Il s'agit probablement de guirlandes de houx agrémentées de fleurs séchées ou encore de fleurs de papier.

C'est donc sans trop de surprise que l'on voit ce même McGibbon, dans une annonce parue en 1870, utiliser une astuce publicitaire promise à un bel avenir: la prime. «*Due Notice will be given, écrit-il, of the Arrival of the Holly and Mistletoe, to be given to Customers Gratis*». Le holly, c'est du houx, une plante à feuilles dentées et piquantes portant des fruits rouges; et le mistletoe est une boule de gui à feuilles oblongues et fruits blancs que l'on suspend au plafond. La coutume veut qu'un couple se trouvant par hasard sous le gui doive s'embrasser.

Dans ces établissements du siècle dernier, le magasinage se fait peu de jours avant Noël. Les marchands eux-mêmes n'entreprennent leur battage publicitaire que vers le 10 décembre. Les 21, 22, 23 et 24 décembre, le nombre des réclames dans les journaux atteint son point culminant, tant pour la publicité des jouets et autres cadeaux que pour celle des magasins d'alimentation.



PRÉSENTS DE NOËL.

SANTA CLAUS invite tous ceux que cela peut regarder de rendre bientôt visite au No 451, rue Notre-Dame, où l'on verra exposé pendant quelque temps un assortiment choisi de ses célèbres cadeaux. Ils comprennent:

LIVRES IMAGÉS, Jeux de combinaison et d'amusement pour les enfants, en grande variété.

FLEURS de papier de cire.

FRUITS et FIGURES de cire.

BOÎTES de PEINTURES pour enluminures, aquarelles, et colorier les photographies.

BOÎTES pour les Gants, les Cols et les Bijoux, décorés par planches à décalcomanie et le nouveau genre d'ouvrage en cuir.

CHROMOLITHOGRAPHIES

Françaises et Anglaises.

JOHN M. BELL.

Le Pays, 22 décembre 1866.

Mais suivons, pour un instant, Lady Hariot Dufferin, l'épouse du gouverneur général en poste au Canada de 1872 à 1878. Dans son journal intime, en date du 23 décembre 1873, Lady Dufferin écrit qu'elle s'est livrée à une «*Christmas shopping expedition*» avant de dresser, le lendemain, son arbre de Noël. Le 24 décembre 1877, elle se rend en ville, à Ottawa, et fait «*a quantity of Christmas shopping*». Ce sont là, manifestement, des achats de cadeaux. Comme le veut l'usage, les cadeaux de moindre dimension seront suspendus aux branches de l'arbre de Noël et les plus gros iront par terre, au pied du sapin.

C'est également à quelques jours de Noël qu'on fait l'achat des victuailles. Les marchands des villes doivent augmenter en conséquence le nombre de leurs voitures de livraison. À preuve, ce marchand qui, en décembre 1867, avertit ses clients d'envoyer «*leurs ordres de bonne heure. Cependant, pour prévenir les désappointements, des voitures extra ont été ajoutées à celles déjà destinées à porter les effets à domicile (...)*» (Le Nouveau Monde).



DÎNER DE NOËL et de LA NOUVELLE ANNÉE.

FAISANS ANGLAIS

COQS DE BRUYÈRES Écossais,
LIÈVRES Anglais.

Dindons Sauvages,

Poulets des Prairies,

Cailles et

Perdrix du Canada.

TRUFFES FRANÇAISES,

POIS VERTS,

FÈVES VERTES.

Soupe aux tomates,

Tomates en boîtes,

et blé d'Inde vert.

Sauce de Worcester,

Moutarde allemande,

Chutna du Bengale.

FRUITS,

Raisins, en boîtes élégantes,

Raisins, en boîtes ordinaires,

Raisins, en cartons élégants.

VINS,

Vieux vin de Porto,

Vieux Sherry,

Bière de toute qualité.

DUFRESNE & McGARITY,

Épiciers, en gros et en détail,

228, Rue Notre-Dame.

24 déc. 1867.

Le Nouveau Monde, 27 décembre 1867.

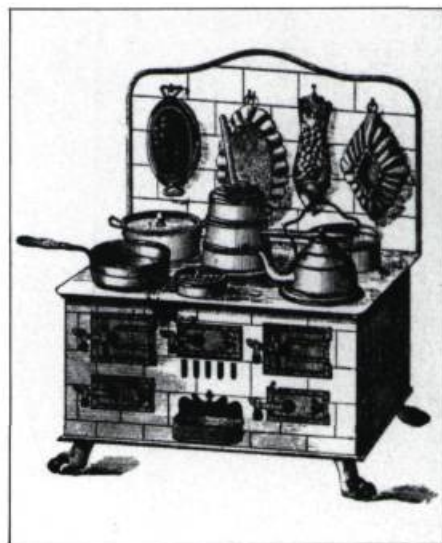
Après 1880, on note certains changements dans les habitudes des acheteurs. En effet, l'introduction de ce nouveau mode de promotion qu'est le catalogue bouleverse la traditionnelle période de magasinage qui, jusque-là, se limitait aux quelques jours précédant Noël. Avec le catalogue, on peut faire ses achats plus longtemps à l'avance. D'ailleurs, vers la fin du XIX^e siècle, certains magasins publient un catalogue spécial de Noël. Par exemple, les cent vingt-deux pages du *Catalogue of Xmas Goods* (1897) de Henry Morgan, de Montréal, regorgent de suggestions de cadeaux pour les adultes et surtout pour les enfants. La section réservée à ces derniers fait l'objet d'une illustration abondante et variée.

DÉCORS DE NOËL

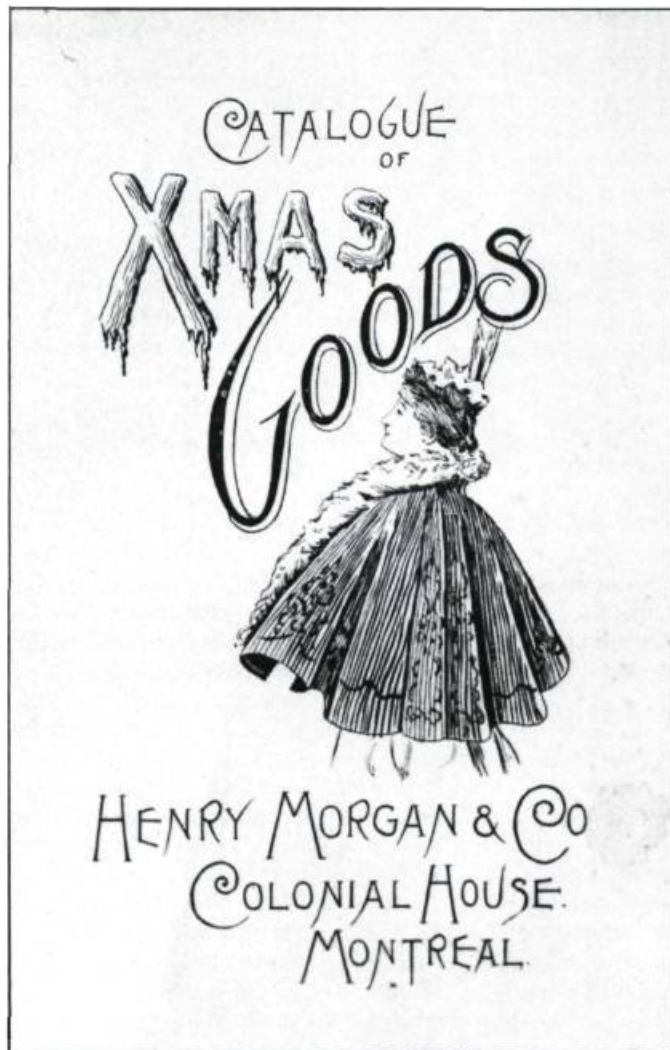
Les décorations de Noël que l'on achète dans les magasins, en cette dernière partie du XIX^e siècle, sont avant tout des fleurs: fleurs de papier, fleurs de cire ou fleurs séchées montées en couronnes, en corbeilles, en guirlandes ou en bouquets. Ces ornements trouvent place dans les maisons, accrochés aux lustres ou aux cadres des miroirs, disposés sur les tablettes des cheminées ainsi que sur les tables.

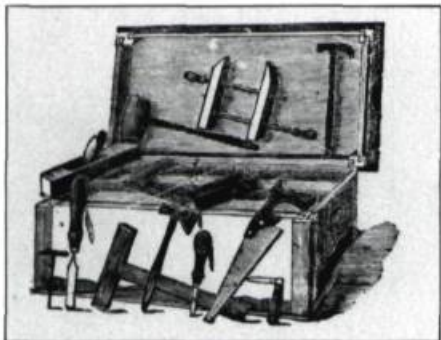
Entre 1860 et 1885 environ, les objets décoratifs destinés au sapin de Noël – à l'exception des petites bougies d'illumination – sont pour la plupart fabriqués à la main par les membres de la maisonnée. Ainsi orne-t-on l'arbre de

cornes d'abondance en papier et de petites bonbonnières de confection maison. On découpe les cartes de souhaits pour en faire de jolies silhouettes que l'on fixe en pendeloque au bout des branches de l'arbre. Les ornements de fabrication commerciale n'apparaissent vraiment qu'après 1870, et ce, chez les nantis; Lady Dufferin, par exemple, enjolive son sapin de la Noël 1875 avec des boules de verre. Ces objets d'importation proviennent sans doute de la région de Nuremberg, en Allemagne, où s'approvisionnera jusqu'en 1939 un marché américain en pleine croissance. Pour le sapin de Noël, on dispose également de décorations commerciales de fer-blanc, de carton, de papier mâché, parmi d'autres.



Catalogue of Xmas Goods du magasin Henry Morgan & Co. de Montréal, 1897. (Coll. R. Bildeau)





Jusqu'au début des années 1880, les cartes de souhaits sont davantage rattachées au jour de l'An qu'à Noël; les fleurs et les paysages constituent leurs principaux thèmes iconographiques. Ce n'est qu'après 1880 que s'établit véritablement l'usage de la carte de Noël dont le sujet favori est l'enfant. Divers assortiments de cartes de souhaits sont offerts à la clientèle par le biais des catalogues.

TOUTE LA GAMME DES CADEAUX

Déjà, entre 1865 et 1870, la variété des cadeaux est assez considérable. Aux enfants, on offre des livres d'images, des albums à coller et à dessiner, des poupées de cire, de porcelaine, de *kid* (chevreau) ou de toile, sans compter les chevaux à bascule et à ressorts, les traîneaux et toboggans, les patins et les vêtements. La liste pourrait s'allonger encore dans le registre des images religieuses, des chapelets et des statuettes. Certaines annonces de journaux de cette période mentionnent que les jouets sont de provenance allemande.

À la fin du XIX^e siècle, les marchands proposent une nouvelle panoplie de jouets pour les filles et les garçons. À ces derniers, on destine, entre autres, des véhicules miniatures en fonte ou en fer-blanc représentant des voitures de pompiers ou de policiers, des voitures de livraison ou de promenade, des trains et des tramways. Puis s'ajoutent les jeux de blocs, les jouets mécaniques de toutes sortes, les coffres d'outils de menuiserie, les petits bateaux, les habits de militaire ou de pompier et les soldats de métal. Les fillettes se voient offrir des poupées, dont certaines sont en caoutchouc, des cuisinières de fer-blanc avec batterie de cuisine miniature, des services de vaisselle, des fers à repasser, des meubles miniatures, dont le piano droit, ainsi que tout le nécessaire en petit format pour la lessive. Les jeux de société sont également nombreux; le catalogue de Noël (1897) de H. Morgan énumère cent trente jeux différents!

Pour les adultes, la gamme des cadeaux comprend, malgré des modes différentes, les mêmes présents qu'on offre encore aujourd'hui: vêtements, accessoires vestimentaires, bijoux, parfums et nécessaires de toilette. Vient ensuite toute la série des ustensiles de table en porcelaine, en verre ou plaqués argent. Les petits meubles, guéridons, tables de toilette ou secrétaires figurent parmi les cadeaux de prix, tout comme la machine à coudre, qui s'ajoutera un peu plus tard à la liste.

Au cours des années 1860 et 1870, on signale à la clientèle qu'une photographie, celle qui est reproduite sur un support de porcelaine notamment, constitue un cadeau de choix. De plus, la photographie tridimensionnelle étant très en vogue à cette époque, les stéréogrammes et les stéréoscopes enrichissent bientôt l'éventail des présents. N'oublions pas la lanterne magique, ce projecteur d'images sur verre qui viendra agrémenter les soirées familiales.

LE REVERS DE L'ABONDANCE

La variété des aliments et des boissons se révèle aussi remarquable. Parmi les produits offerts alors sur le marché, on trouve beaucoup de fruits frais: oranges, citrons, limes, raisins, figues, prunes... Les magasins des années 1860 proposent également des fromages importés d'Europe ou des États-Unis, sans compter ceux qui sont produits localement. En outre, la clientèle aisée peut se distinguer par des achats de caviar russe ou de gibier, surtout si celui-ci est de provenance anglaise!

À la même époque, on peut se procurer aux étalages des marchands divers produits préparés et vendus en conserve: soupe aux tomates (une nouveauté) ou à la tortue, pâtés de foie, de canard, de bécassine, de crevette... Les vins de Bordeaux, de Bourgogne, de Sauternes, de Champagne, du Rhin, de Porto ou de Madère sont aussi bien représentés. On pourrait encore énumérer les liqueurs importées de France ainsi que l'ale et le porter du Royaume-Uni.

Il apparaît, cependant, que Noël et le temps des Fêtes sont des périodes difficiles pour la majeure partie de la population du dernier quart du XIX^e siècle. En effet, de 1874 à 1896, l'économie connaît une phase de ralentissement. Chose significative, en décembre 1875, Henri Julien dessine pour le *Canadian Illustrated News* un Père Noël qui quête au lieu de donner. Plus tard, à la fin du siècle, on représentera le Père Noël en train d'écraser les chefs de famille pour leur soutirer tout leur argent; c'est déjà une façon de se plaindre que Noël est décidément bien commercial.

Yvan Fortier est ethnologue et agent de recherche en culture matérielle, histoire et archéologie, au Service canadien des parcs.