

La capitale prise d'assaut **Québec sous l'invasion des « 5-10-15 »**

Jean-Marie Lebel

Numéro 40, hiver 1995

Les grands magasins, un nouvel art de vivre

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/8681ac>

[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

Lebel, J.-M. (1995). La capitale prise d'assaut : Québec sous l'invasion des « 5-10-15 ». *Cap-aux-Diamants*, (40), 52–56.



LA CAPITALE PRISE D'ASSAUT

QUÉBEC SOUS L'INVASION DES «5-10-15»

L'avènement des «5-10-15» a révolutionné les méthodes de vente. Plusieurs de ces grandes chaînes ont disparu au fil des ans, mais les magasins à rayons des centres commerciaux témoignent toujours du même esprit.

par Jean-Marie Lebel

ON PEUT APERCEVOIR DANS L'INTIMIDANT HALL d'entrée du Woolworth Building, sur Broadway à New York, une sculpture représentant Frank Winfield Woolworth comptant et empilant de petites pièces de monnaie. Inlassablement, à coups de cinq et dix sous, il avait amassé au fil des ans une fortune colossale qui lui permit de payer comptant son gratte-ciel new-yorkais de 60 étages qui, lors de son inauguration en 1913, était le plus haut édifice au monde.

C'est en tant que «commis senior» dans un magasin de Watertown, dans l'État de New York, que Woolworth aide à concevoir, en 1877, un comptoir où tout est offert à cinq sous, une idée révolutionnaire à l'époque dans le commerce de détail. En février 1879, à l'âge de 27 ans, il ouvre son propre magasin à cinq sous à Utica dans l'État de New York. L'entreprise échoue. Ne se décourageant point, il inaugure, dès le mois de juin, un autre magasin à Lancaster en Pennsylvanie. Cette fois, l'opération s'avère rentable et, au cours des années suivantes, il implante des magasins dans d'autres villes de la Pennsylvanie, puis des États voisins, constituant ainsi une longue chaîne de magasins à son nom.

En 1886, Woolworth établit ses quartiers généraux dans la métropole américaine, à New York. En 1899, sa chaîne compte 54 établissements. À sa mort, survenue le 8 avril 1919, son empire comprendra pas moins de 1 081 magasins disséminés dans les grandes et petites villes des États-Unis et du Canada, dont Québec.

Sis dans l'importante artère commerciale de Québec, la rue Saint-Joseph, le magasin E.P. Charlton & Co. fut le premier «5-10-15» de Québec. Carte postale, John Valentine & Sons, vers 1910. (Coll. Jean-Marie Lebel).

Charlton et Woolworth

Les idées de Woolworth se sont répandues comme une traînée de poudre. Au cours des dernières décennies du XIX^e siècle, et surtout au cours des trois premières décennies de notre siècle, de nombreux compétiteurs élaborent des chaînes de magasins à rabais à travers l'Amérique. Au Québec, les premiers magasins s'inspirant des idées de Woolworth sont établis par l'Américain Earle Perry Charlton. Celui-ci avait ouvert son premier magasin en 1890 à Fall River dans le Massachusetts. Il maintiendra d'ailleurs toujours son bureau-chef dans cette ville où résident de nombreux Franco-Américains. Il installe son premier magasin en sol canadien-français à Montréal. Et c'est en 1901 qu'il inaugure son magasin de Québec sur la principale artère commerciale de cette ville, la rue Saint-Joseph. Il loge son magasin dans les anciens locaux des confiseurs et pâtisseries J.-B. Allard & Fils, voisins du réputé magasin de Jean-Baptiste Laliberté, un importateur et manufacturier de fourrures, et à deux pas de la pharmacie W. Brunet & Cie.

L'établissement E.P. Charlton & Co. s'annonce d'abord à Québec comme un magasin «de petites marchandises et de jouets». Puis, les Québécois voient apparaître sur la devanture et l'enseigne du magasin la mention «5 and 10 cts Store». En 1912, quelques propriétaires de chaînes de magasins, dont Charlton, se joignent à Frank Winfield Woolworth afin de constituer la F.W. Woolworth Company. La cinquantaine de magasins de Charlton, dont ceux de Montréal et Québec, changent alors leur bannière et deviennent des magasins Woolworth.

Le 21 novembre 1920, un grand incendie détruit de fond en comble le magasin Woolworth de Québec et provoque des dommages aux magasins Laliberté et Pâquet. L'édifice de Woolworth est alors reconstruit sur le même site. Quelques années plus tard, deux autres magasins Woolworth voient le jour à Québec. En juillet 1925, on inaugure un magasin en haute-ville, rue Saint-Jean, à l'entrée du faubourg du même nom, près de la rue Saint-Eustache (cette rue est depuis disparue lors de la construction de l'autoroute Dufferin). En mai 1928, c'est l'ouverture du magasin de la rue Saint-Vallier, entre les rues Laviolette et Saint-Ambroise, en plein cœur du populeux quartier Saint-Sauveur.

S.S. Kresge et les autres

En septembre 1929, la principale chaîne concurrente de Woolworth aux États-Unis, la maison S.S. Kresge, s'introduit à Québec en inaugurant son 543^e magasin dans la rue Saint-Vallier, tout près du Woolworth. Dès le mois d'octobre, un second magasin Kresge ouvre ses portes rue Saint-Jean, de nouveau à quelques pas d'un

Woolworth. Alors voisin de Faguy, Lépinay & Frère, un important magasin de nouveautés fondé en 1894, Kresge s'installera plus tard sur le site de ce grand magasin, au coin de la rue Saint-Augustin (dans l'édifice abritant aujourd'hui le collège O'Sullivan). Puis, en novembre 1931, un autre magasin Kresge, le troisième à Québec et le 38^e au Canada, est inauguré dans l'achalandée rue Saint-Joseph dans l'édifice voisin du magasin Pâquet.



Frank Winfield Woolworth, l'inventeur du «5-10-15», amassa une fortune colossale dans ses magasins à prix populaires qui couvraient l'Amérique. (James Brough. «The Woolworths», 1982).

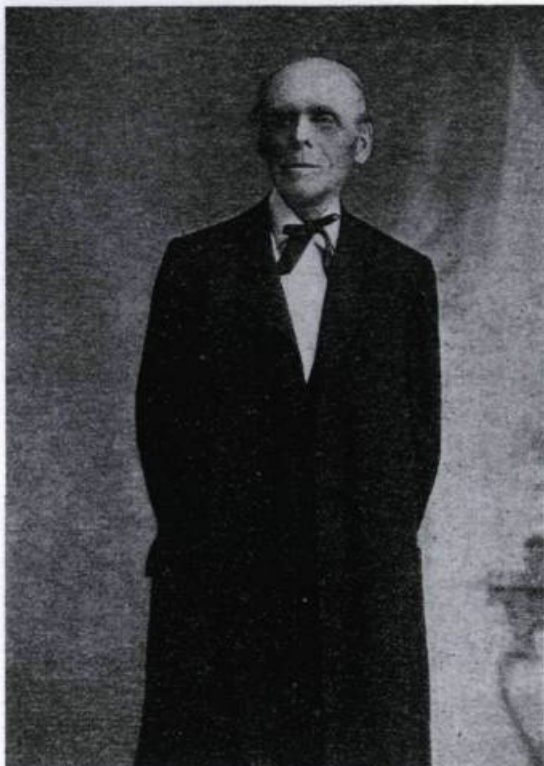


Earl Perry Charlton, de Fall River, d'abord un concurrent puis un associé de Woolworth, inaugura le premier «5-10-15» de la vieille capitale. («Woolworth's First 75 years», 1954).

Sebastian Spring Kresge avait fondé son premier magasin à Détroit en 1897. S'emparant sans vergogne des méthodes de Woolworth, il élaborait aussi un empire de magasins à travers l'Amérique. Frank Winfield Woolworth, qui aimait bien prendre un verre, détestait Kresge parce qu'il voyait en lui un sérieux compétiteur mais surtout parce que Kresge encourageait financièrement les mouvements de tempérance. Le jour des funérailles de Woolworth, les magasins de Kresge

deviendront des magasins People's et se joindront ainsi au magasin de la rue Saint-Joseph.

À la fin de novembre 1931, un autre 5-10-15, le Metropolitan, s'est ajouté dans la rue Saint-Joseph dans les locaux occupés auparavant par le magasin Myrand & Pouliot, voisin du Syndicat de Québec (devenu depuis lors le Met, puis le Metropolitan, ce magasin est le seul des anciens «5-10-15» du centre-ville à survivre de nos jours). Lorsqu'un autre magasin à chaîne, le Federal, s'établit en novembre 1933, lui aussi dans la rue Saint-Joseph, face au théâtre Princess, il prend bien soin de mentionner dans ses annonces publicitaires: «Ne confondez pas ce magasin avec ses voisins!». Le même mois, un magasin Consolidated succède à l'American de la rue Saint-Joseph.



L'austère Zéphirin Pâquet était le roi des marchands de Québec à l'époque de l'arrivée du premier «5-10-15» sur la rue Saint-Joseph, à quelques pas de son magasin. («Zéphirin Pâquet. Sa famille. Sa vie. Son œuvre», 1927).

Sur la rue Saint-Jean, du côté nord entre les rues Saint-Eustache et Saint-Augustin, d'autres «5-10-15» et plusieurs grands magasins se côtoient. En octobre 1929 a lieu l'ouverture du magasin Schulte-United, face au théâtre Olympia, à quelques maisons à peine du Woolworth. Ce magasin est le douzième d'une chaîne canadienne qui administre aussi les magasins Zeller's. En 1931, le Schulte-United de Québec devient un Zeller's et concurrence ses voisins: Woolworth, Kresge et Faguy, Lépinay & Fils.

Tout change!

Lorsque les «5-10-15» envahissent Québec, les magasins de cette ville sortent à peine du XIX^e siècle. En ce début du XX^e siècle, on parle encore de «magasins de marchandises sèches» (traduction de l'expression anglaise *dry goods*) pour désigner les magasins où se vendent les tissus à la verge et les vêtements. Certains emploient l'expression «magasins de nouveautés». Les vêtements prêt-à-porter sont alors appelés des «hardes faites» — une expression qui écorche les oreilles du journaliste Ulric Barthe. Visitons au début du siècle le magasin Faguy, Lépinay & Frère, de typiques marchands de *dry goods*. On y voit au premier étage les tweeds, draps, satins, velours, soieries, broderies, dentelles. Au deuxième étage, on nous offre les tapis, prélaris, rideaux, persiennes, stores. Et le troisième étage nous révèle un encombrement d'articles de literie, les couchettes en fer, sommiers, couvertures.

Dans ces magasins de marchandises sèches, beaucoup d'articles sont disposés dans des armoires et des tiroirs qui grimpent jusqu'au plafond. Des rouleaux de tissus sont placés sous les comptoirs. Seuls les commis manipulent les marchandises. Les clients négocient les prix avec les commis et on assiste à de longs et parfois pénibles marchandages.

n'ouvrirent point leurs portes en signe de deuil. Ce fut ainsi que le fortuné marchand de Détroit, reconnaissant sa dette, rendit hommage à Woolworth. Plus tard lorsque surgiront les centres commerciaux dans les banlieues, les deux chaînes de magasins s'affronteront à nouveau par le biais des K-Mart (K pour Kresge) et des Woolco (abréviation de Woolworth Company).

En 1929, la ville de Québec est littéralement prise d'assaut par les magasins qui s'affichent alors comme des «5, 10, 15c to \$1.00». Les Québécois prennent l'habitude à l'époque de les désigner sous l'expression «5-10-15». Ils les appellent aussi «magasins à chaîne» ou «magasins à bon marché». Durant le seul mois d'août, la rue Saint-Joseph voit s'établir un magasin United dans le nouvel édifice Florence, puis, porte voisine du théâtre Impérial (l'actuel cinéma Midi-Minuit), un magasin American, et, près du théâtre Princess, un magasin de la chaîne People's qui compte déjà dix magasins à Montréal et un à Saint-Hyacinthe. En 1932, les magasins Steel de la rue de la Couronne et de la rue Saint-Jean



Mais les choses évoluent peu à peu. Barthe constate déjà en 1895: «On commence à s'apercevoir à Québec d'un changement radical dans les méthodes commerciales. La vieille routine s'en va à vue d'oeil. Le temps n'est plus où le marchand, trônant majestueusement derrière son comptoir, se décréait à lui-même des profits fabuleux. Aujourd'hui c'est le négociant qui court la pratique et non plus celle-ci qui court le négociant...». Et il conclut: «Esprit américain, dirait-on dédaigneusement. Américain ou non, nous voyons avec satisfaction l'introduction de ce genre chez nous».

Les magasins de *dry goods* ajoutent peu à peu de nouvelles lignes de produits, se transforment en «grands magasins généraux». Ce qui ne se fait pas sans récriminations. Le correspondant de Québec à la revue *Le Moniteur du commerce* s'interroge en 1899: «Pourquoi permettre un mélange comme celui-ci: marchandises sèches, thé, tabac, ferblanterie, parfums, savons, bijouteries, et une foule d'autres articles que l'on trouve dans un même magasin. Il est difficile de placer chaque marchandise dans sa véritable et unique place; mais dans tous les cas il y a une limite qu'il ne devrait pas être permis de dépasser».

L'arrivée des «5-10-15» contribue à accélérer les transformations. Ces magasins offrent une grande diversité de marchandises attrayantes et les disposent à la portée des clients afin qu'ils puissent les manipuler et les examiner à volonté. Les prix sont «fixes» et bien indiqués. Une pratique qui se répand lentement mais d'une façon irréversible. Signe des temps, le magasin Pollack adopte ce slogan publicitaire en 1931: «Un seul prix, et tous les prix visiblement marqués».

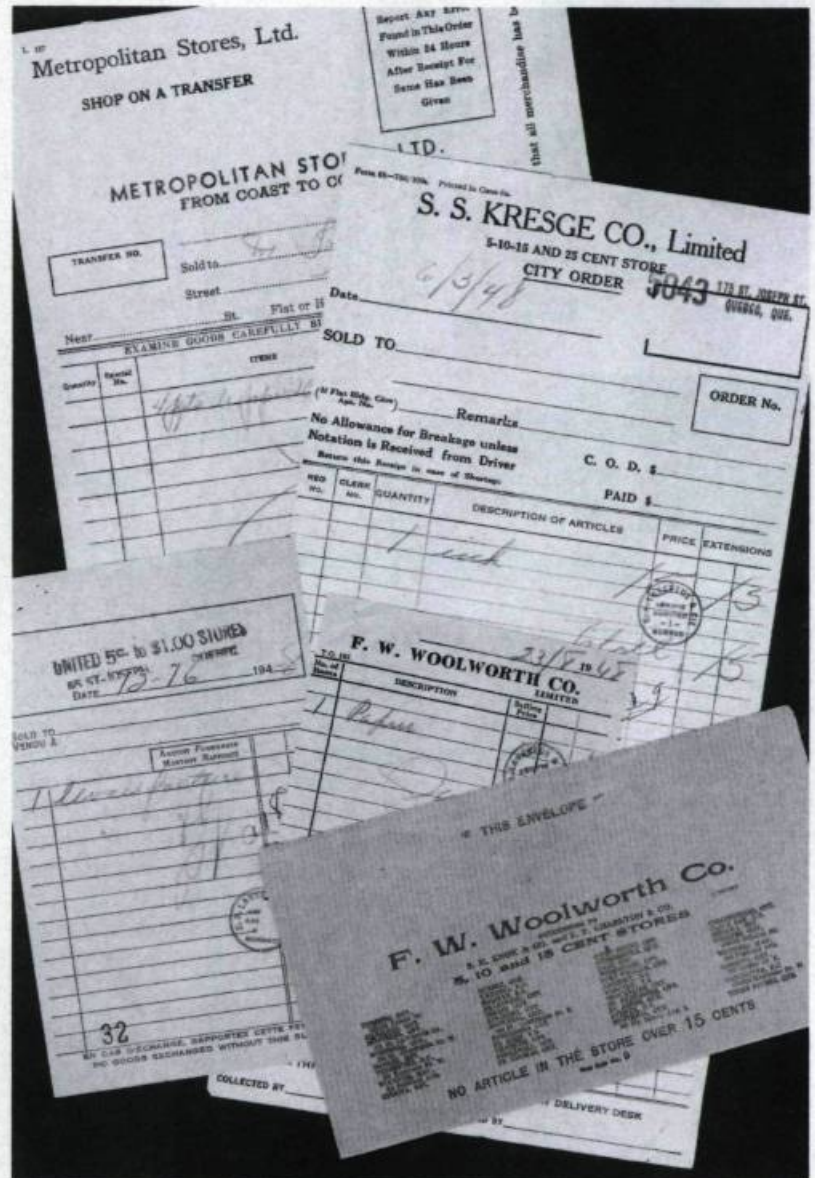
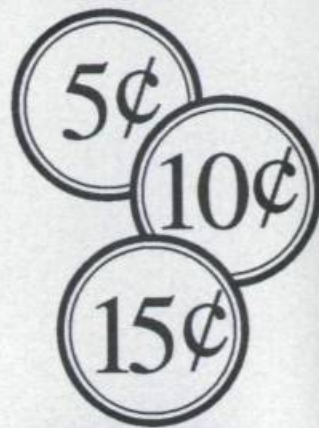
Pâquet et les «petits Pâquet»

Depuis le milieu du XIX^e siècle, un marchand s'était imposé et faisait la loi à Québec, Zéphirin Pâquet. L'histoire de ce Québécois était tout à fait digne du sempiternel «rêve américain». D'humble laitier, il était devenu le plus grand marchand de la vieille capitale. Son épouse avait d'abord ouvert en 1847 un petit magasin de vêtements dans la maison familiale. Devant son succès, dès 1850, Pâquet se départit de son troupeau laitier pour s'occuper du magasin. Installé rue Saint-Joseph, maintes fois agrandi, l'établissement de Pâquet avait été le premier grand «magasin à départements» (ou à rayons) de Québec.

Durant des décennies, les Québécois virent ce petit homme austère, vêtu de serge noire, portant toujours une cravate noire confectionnée par son épouse, défilier derrière des comptoirs de plus en plus longs, jasant avec le public, épiant et

conseillant les commis. Il n'était jamais bien loin car son logement était dans le vaste édifice qui abritait le magasin.

Si, au fil des ans, Zéphirin Pâquet avait vu ses anciens concurrents courber l'échine ou plier bagage, il en vit surgir d'autres d'autant plus dangereux qu'ils avaient acquis de lui leurs connaissances du commerce. En novembre 1920, le chroniqueur Georges Côté souligne d'ailleurs



que l'on désigne certains d'entre eux comme étant des «petits Pâquet». À l'exception d'un Maurice Pollack, les grands marchands de Québec au tournant du XX^e siècle sont d'anciens employés de Pâquet: les Ludger Bédard et les frères Édouard et Achille Côté du Syndicat de Québec, Henri-Cyrille Faguy et Félix Lépinay de Faguy, Lépinay & Frère, Téléspore Simard, T.-D. Dubuc et autres. Et ce sont eux que les «5-10-15» mettront à l'épreuve.

Différents modèles de documents commerciaux utilisés par les «5-10-15» de Québec. (Coll. Donald Dion et Coll. Yves Beauregard).

Zéphirin Pâquet, décédé octogénaire en 1905, eut certes écho des succès de Frank Winfield Woolworth et a vu s'établir à Québec le premier «5-10-15», le magasin d'E.P. Charlton. Peut-être a-t-il pressenti qu'une nouvelle ère commençait et, de toute façon, déterminé comme il l'était, il aurait été prêt à y faire face.

Les grands magasins appartenant à des Québécois réagissent coup sur coup à la concurrence



La rue Saint-Jean à Québec vers 1950. Artère commerçante de la haute-ville, cette rue avait aussi ses magasins «5-10-15» comme Zeller's qui apparaît du côté gauche de l'illustration. (Coll. Yves Beauregard).

rence des succursales des «5-10-15» que dirigent des gérants venus de l'extérieur. Par des annonces publicitaires à pleines pages, des ventes, des rénovations, des agrandissements, les marchands québécois répliquent. Maurice Pollack, un ancien «peddler», établi depuis 1904 rue Saint-Joseph, entre les rues du Pont et Grant, inaugure un nouvel et vaste édifice en 1931. Le magasin Pâquet perce en 1933 une «magnifique entrée» du côté du boulevard Charest. En 1937, le Syndicat agrandit considérablement l'édifice qu'il possède au coin des rues Saint-Joseph et de la Couronne depuis 1893.

La concurrence et la «grande crise» font des victimes. Des «5-10-15» ne résistent pas. Le magasin Faguy, Lépinay & Fils, affaibli par ses concurrents voisins, annonce en septembre 1935 sa «vente de banqueroute».

Tout nouveau, tout beau!

Un chroniqueur de Québec, un brin devin, avait écrit en avril 1899: «Nous voyons arriver le jour où un jeune homme intelligent et travailleur se créera une position enviable dans le monde commercial en inaugurant un magasin où les gens ou pauvres ou de moyens ordinaires pourront aller acheter sans avoir à combattre cette espèce de fausse honte qui les empêche d'entrer

dans ces palais où la soie et le satin semblent plus à l'aise que le coton et la laine. Le magasin de l'ouvrier est à créer et celui qui en comprendra bien l'idée aura touché une bonne veine». À peine deux ans plus tard, E.P. Charlton ouvre au public son magasin de la rue Saint-Joseph et met en pratique ce qui sera le mot d'ordre des «5-10-15»: offrir de tout, ou presque, à tous et à bas prix. Achetant ou faisant fabriquer leurs marchandises en très grandes quantités pour fournir les multiples succursales, les chaînes de magasins peuvent «couper les prix».

Les «5-10-15» mettent tout naturellement en application ce conseil qu'un journal d'affaires avait donné aux marchands québécois en novembre 1900: «N'oubliez pas les enfants. Ce petit peuple insupportable est un élément des plus importants dans l'ensemble des affaires au jour de l'an et aussi à la St Nicolas (sic)». Le «rayon des jouets» constitue un attrait et une source d'émerveillement.

Ces magasins à chaîne sont aussi de redoutables concurrents pour les restaurants de la ville. Le comptoir lunch du «5-10-15», avec ses confortables «cuiettes» et ses aguichants menus en couleurs affichés au mur, est le lieu de rendez-vous des jeunes amoureux, des «vieilles connaissances» et des acheteurs épuisés. Les crèmes à la glace et les sodas ont leurs adeptes. En décembre 1932, *Le Soleil* nous rappelle: «Lorsque vous ferez vos emplettes des Fêtes épargnez-vous du temps et des fatigues en dînant aux «Fontaines» des magasins Kresge».

Chacune des chaînes de magasins se distingue par certaines particularités ou spécialités. Les magasins Kresge se font connaître par leurs devantures peinturées en rouge. Des vitrines attrayantes, de grands magasins bien tenus et bien éclairés, des ventes à toute occasion, l'attrait du modernisme et de l'américanisme, voilà des clefs du succès des «5-10-15».

Au cours des années 1950 et 1960, la construction de centres commerciaux en banlieue, avec leurs magasins de grandes surfaces, amena le déclin du centre-ville et la fermeture, l'un après l'autre, des anciens «5-10-15». Et, pourtant, nous connaissons tous encore de nos jours de ces gens d'un certain âge qui, selon leur expression, «magasinent aux 5-10-15». Frank Winfield Woolworth ne serait certes pas peu fier de les entendre... ♦

Jean-Marie Lebel est historien et membre du comité de rédaction.