

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
PROGRAMME DE LA MAÎTRISE EN MUSÉOLOGIE

UN REGARD SUR LES DIVERTISSEMENTS ET LES LOISIRS
POPULAIRES À MONTRÉAL AU XIX^e SIÈCLE :
CULTURE, EXOTISME ET COMMERCIALISATION

RAPPORT DE TRAVAIL DIRIGÉ
(MSL-6700, TRAVAUX DIRIGÉS)

PRÉSENTÉ À
MONSIEUR RAYMOND MONTPETIT

PAR
YVON GAGNON

Avril 2014

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.04-2020). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES	iv
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I	
CONTEXTES	5
1.1 - Contexte socio-économique de Montréal	5
1.2 - Une mise en place de la commercialisation de la culture et des loisirs populaires	9
1.3 - Loisir et culture populaire : de quoi s'agit-il ?	12
CHAPITRE II	
REGARD SUR LES DIVERTISSEMENTS ET LES LOISIRS POPULAIRES	15
2.1 - Expositions et panoramas itinérants : « Des spectacles pour toute la famille »	15
2.2 - Le <i>Museo Italiano</i> (1822-1847) : « On y voit réunis l'utile et l'agréable »	20
2.3 - Le Jardin Guilbault (1852-1869) : « Un haut lieu de la culture populaire à Montréal au XIXe siècle »	25
2.4 - Le Crystal Palace de Montréal (1860-1896): « Symbole de l'appartenance de la ville à la couronne et à l'empire britannique »	33
2.5 - Le <i>Carnaval d'hiver de Montréal</i> (1883-1890): les plaisirs de l'hiver à Montréal ; dualité linguistique et géographique	38
2.6-Éden Musée and Wonderland (1891-1940): « Du nouveau tout le temps. Y êtes-vous allé? »	42

CHAPITRE III

CAS DE FIGURE: LE PARC SOHMER (1889-1919): « UN SITE CHAMPÊTRE OFFRANT UN SPECTACLE VARIÉ OÙ SE MÊLENT MUSIQUE, VARIÉTÉ ET CIRQUE»	48
3.1 - Introduction	48
3.2 - Les fondateurs	51
3.2.1 - Louis-Joseph Lajoie (1842-1913): le comptable du Parc Sohmer	51
3.3.2 -Ernest Lavigne (1851-1909): « L'homme-orchestre du parc Sohmer »	52
3.3 - La commercialisation: « Rien n'était trop cher au prix d'un après-midi passé au parc Sohmer »	57
3.3.1 - L'emplacement	57
3.3.2 - Les installations	60
3.3.3 - Des pionniers de la stratégie marketing	63
3.4 - La culture au Parc Sohmer : « La médiocrité et le vulgaire ne s'y glissaient jamais »	64
3.5 - L'exotisme et le divertissement au Parc Sohmer: « Ce n'est plus seulement l'intérêt des attractions qui charme et qui surprend le public, c'est aussi leur variété»	70
3.6 - Conclusion	78
 SYNTHÈSE	 81
Synthèse	81
 BIBLIOGRAPHIE	 86
 SOURCES DES FIGURES	 91

LISTE DES FIGURES

1.1 - Vue de Montréal depuis la cheminée de la centrale de la Montreal Street Railway, QC, 1896	6
1.2 - Carnaval de patinage, patinoire Victoria, photographie composite, Montréal, QC, 1870	6
2.1 - Colombus, l'éléphant mâle de 5 000 lb	17
2.2 - Les jumeaux siamois	17
2.3 - Un lancement de ballon	17
2.4 - Publicité pour un panorama	19
2.5 - Le Cyclorama de Montréal..	19
2.6 - Le Museo Italiano I	21
2.7 - Le Museo Italiano I	23
2.8 - Publicité du Jardin Guilbault	26
2.9 - Fête extraordinaire au Jardin Guilbault	27
2.10 - Le Cirque de Levi J. North au Jardin Guilbault	31
2.11 - L'Hippozoomadon au Jardin Guilbault..	31
2.12 - Vue du Crystal Palace	33
2.13 - Vue du Crystal Palace, bal en l'honneur de la visite du prince de Galles	34
2.14 - Le <i>Palais de glace</i> pendant le <i>Carnaval d'hiver de Montréal</i> en 1884	38
2.15 - Le Lion de glace pendant le Carnaval d'hiver de Montréal en 1885	41
2.16 - La Condora de glace pendant le Carnaval d'hiver de Montréal en 1885	41

2.17 - Publicité du Musée Éden	42
2.18 - Billetterie du Musée Éden	43
2.19 - Scène religieuse avec des figures de cire	46
2.20 - Scène horrifiante de l'actualité judiciaire avec des figures de cire	46
2.21 - Scène horrifiante de l'actualité judiciaire avec des figures de cire	47
3.1 - Portrait d'Ernest Lavigne	49
3.2 - Entrée du Parc Sohmer rue Notre-Dame	52
3.3 - Intérieur du pavillon de musique du Parc Sohmer	61
3.4 - L'orchestre du Parc Sohmer rue Notre-Dame	65
3.5 - La promenade du Parc Sohmer le long du fleuve Saint-Laurent	70
3.6 - Une ascension de ballon au Parc Sohmer	71
3.7 - Tombola pour le Monument-National..	79

INTRODUCTION

L'originalité de notre recherche repose sur le regard épistémologique que nous porterons autour de l'apparition des phénomènes des divertissements et des loisirs populaires dans l'espace public montréalais au XIXe siècle. Le dialogue entre ces deux axes de recherche aura pour objectif principal de créer une passerelle entre les disciplines historique et muséologique afin de montrer comment les promoteurs de divertissements et de loisirs populaires auront contribué à mettre en marche la commercialisation de la culture.

En outre, cette étude prendra en compte une spécificité de Montréal : sa dualité linguistique historique. Cette dissemblance culturelle s'inscrit dans une hiérarchisation marquée des classes sociales : la bourgeoisie par opposition à la classe moyenne d'une part, et l'antagonisme¹ latent entre francophones et anglophones d'autre part. De plus, ces divergences s'accompagnent également d'une division géographique dans l'occupation du territoire montréalais. Conséquemment, ce dualisme se reflétera aussi dans les formes culturelles offertes et appréciées par chacune des communautés.

¹ Le 16 août 1849, une émeute éclata à l'hôtel Donegana où se produisait la célèbre cantatrice, Madame Laborde. Lorsqu'elle entonna la Marseillaise, « Les esprits étaient fort montés en ce temps. En entendant ce chant sacré, si patriotique, si sublime les Anglais se crurent insultés et firent du bruit. Les Canadiens voulurent faire silence. Ceci causa l'émeute. On se battit, et pendant le tumulte les Teutons coupèrent les tuyaux à gaz. L'hôtel prit feu et fut détruit une heure après », *Le Monde illustré*, 5e année, n° 209, samedi 5 mai 1888, p. 3.

Notre questionnement principal s'articulera autour de l'émergence de la mise en place d'une marchandisation des loisirs dans un contexte d'acculturation par la classe élitiste envers la classe moyenne ouvrière majoritairement francophone. La ville elle-même, qui est alors en pleine métamorphose suite à l'avènement de l'ère industrielle et l'arrivée massive de nouveaux citadins, verra ses lieux de sociabilité se transformer en un creuset de culture populaire.

Quoi qu'il en soit, cette problématique s'inscrit dans un continuum évolutif culturel, social et économique. Toutefois, l'exploration des musées de divertissement, des types d'expositions et des parcs d'attractions que nous effectuerons dans cette étude cherchera entre autres à démontrer que les tendances actuelles et la prédilection pour le spectaculaire en exposition ne sont pas en rupture avec le passé.

Notre recherche s'intéressera tout particulièrement aux loisirs culturels dans l'espace public, c'est-à-dire aux expositions itinérantes, aux musées de divertissement et aux parcs d'agrément et d'attractions. Ces offres de loisir sont en fait les prémices à une ouverture sur le monde pour la population de Montréal. Cet aspect du divertissement populaire se veut un instantané (*snapshot*) des formes culturelles privilégiées par la population des deux groupes linguistiques. Nous chercherons à montrer avec cette approche sur le corpus de la culture populaire au XIX^e siècle (une culture souvent dénigrée par l'élite intellectuelle et la bourgeoise) que celle-ci est un élément dynamique dans la vie sociale urbaine et participe à l'essor commercial de Montréal.

Cette exploration du champ du divertissement populaire urbain se divise en quatre grands volets thématiques. Chacun des volets abordera différemment les deux grands axes de recherche que nous avons préalablement définis. Le premier volet brossera un portrait des différents contextes dans lesquels s'inséreront les lieux de loisirs et de divertissements. Le second volet s'attardera aux phénomènes des exhibitions et expositions de toutes sortes, panoramas, foires diverses où un tarif est exigé pour

assister au spectacle, tout en prenant compte que ces événements s'inscrivent plutôt dans un cadre saisonnier, voire éphémère. Pour sa part, le troisième volet s'intéressera aux endroits ayant pignon sur rue et qualifiés parfois de « musées », et même de jardins d'agrément par les promoteurs où le public devient client en s'acquittant d'un droit d'entrée.

De plus, nous aborderons un événement saisonnier, le *Carnaval d'hiver de Montréal*, afin de mettre en lumière la dichotomie géographique et linguistique montréalaise. Enfin, le dernier volet de cette étude consiste en une analyse d'un cas de figure qui servira à mettre en lumière et à exemplifier notre hypothèse générale qui tend à démontrer que le XIXe siècle est la période où la commercialisation de la culture s'est mise en branle. Ainsi, pour représenter fidèlement cette commercialisation culturelle, nous avons sélectionné un lieu de divertissement populaire qui était destiné à un public de tous âges, de toutes classes sociales, tant anglophones que francophones.

Nous avons retenu le PARC SOHMER pour l'éclectisme de sa programmation, sa durée dans le temps et son emplacement géographique. Les deux promoteurs, Ernest Lavigne et Joseph Lajoie (respectivement musicien et comptable), sont au fait de la nouvelle tendance qui allie désormais la culture avec le commerce. À partir de ce constat, nous verrons comment ils ont élaboré une organisation commerciale dynamique et d'avant-garde axée sur le divertissement populaire. De plus, ce cas de figure illustrera une nouvelle réalité : « c'est en ville que la culture savante s'élabore dans les groupes organisés et dans des institutions spécialisées : c'est aussi en ville que les clivages sociaux sont les plus manifestes [...] »². Cette mise en lumière n'a pas la prétention de l'exhaustivité, elle permettra de soulever de nouvelles pistes à explorer.

² Raymond Montpetit, « La culture populaire au Québec et son histoire en contexte urbain », dans Gilles Pronovost (sous la dir. de), *Cultures populaires et sociétés contemporaines*, Québec: Les Presses de l'Université du Québec, 1982, p. 91.

Nous terminerons cette étude avec une synthèse qui circonscrit les éléments prééminents des formes de loisirs populaires et ce, tant sur leur importance que sur leur influence sur la vie culturelle montréalaise. Des pistes d'étude seront évoquées afin d'ouvrir de nouvelles perspectives de recherche sur les connaissances historiques et muséologiques du XIXe siècle.

CHAPITRE !

CONTEXTES

1.1 - Contexte socio-économique de Montréal

Il nous semble essentiel, avant d'entreprendre l'exploration du champ des loisirs populaires à Montréal, d'examiner les conditions socio-économiques qui ont conduit à l'émergence d'une classe moyenne:

L'histoire économique du XIXe siècle est celle de la révolution dans les transports et de l'émergence de nouveaux lieux de travail, de nouveaux procédés de production, du machinisme et d'une nouvelle classe de travailleurs.³

Mais quelle est donc cette nouvelle classe d'ouvriers qui formera la classe moyenne ? En fait, cette classe moyenne provient d'un phénomène sociétal bien documenté: la migration de la population rurale vers les grands centres urbains afin d'alimenter un marché du travail en pleine croissance. Ce mouvement démographique a été largement étudié dans la thèse doctorale de France Gagnon⁴ où celle-ci constate que les habitudes de vie sont maintenant rythmées par des horaires de travail.

³ Annie-Claude Labrecque et Dany Fougères, « L'économie montréalaise au XIXe siècle », dans *Histoire de Montréal et de sa région*, sous la dir. de Dany Fougères, Québec : Les Presses de l'Université Laval, 2012, p. 487.

⁴ France Gagnon, « Le rôle de la famille dans l'adaptation des migrants de la plaine de Montréal au milieu montréalais 1845-1875 », thèse de doctorat, Montréal: Université du Québec à Montréal, 1986, p. 58-73.



Figure 1.1 - Vue de Montréal depuis la cheminée de la centrale de la MONTREAL STREET RAILWAY, QC, 1896



Figure 1.2 - Carnaval de patinage, patinoire Victoria, photographie composite, Montréal, QC, 1870

Cette révolution industrielle (*Figure 1.1*), ces progrès ne font pas la richesse des ouvriers et ouvrières qui font tourner les usines et les manufactures. Loin de l'image que peut se faire celui qui feuillettera les quotidiens illustrés ou les photographies de William Notman où l'on peut voir :

Les Montréalais cossus [...] au *Victoria Skating Rink* [Figure 1.2] où ils pratiquent le patinage vêtus de costumes très élégants [...] Ce Montréal élégant et agréable dont il nous reste de nombreux témoignages n'est le fait, on l'a bien compris, que d'une minorité de citoyens qui ont accumulé des fortunes considérables [...] La réalité est bien différente pour la grande masse de la population.⁵

La vie quotidienne des ouvriers est toutefois tout autre :

Certes les classes populaires restent victimes des forces du marché. Beaucoup moins spectaculaires, mais probablement plus efficaces, ont été les recours aux divers moyens d'augmenter les revenus pitoyables gagnés par les travailleurs et travailleuses dans les manufactures et usines de la nouvelle ville industrielle.⁶

Au-delà de ce triste constat, le milieu de travail devient un nouvel endroit de sociabilité à l'extérieur du cercle familial : « La culture urbaine est la façon dont l'espace public est marqué par les hommes dans leur appartenance professionnelle et sociale, la profession étant l'un des premiers cercles de cette spirale qui sort l'individu de sa famille nucléaire ou élargie »⁷. Le réaménagement du temps consacré à gagner sa vie, qui n'est plus régie par les travaux saisonniers d'une société rurale, induit « que le temps de travail est différemment distribué : en effet, les heures de travail (environ soixante heures par semaine) sont désormais fixes et définies [...] cet horaire rend maintenant possible l'ouverture de lieux permanents de loisirs et d'amusement »⁸. Ce nouveau contexte social, qui pour une première fois dans la

⁵ Paul-André Linteau, « Les deux Montréal », dans *Histoire de Montréal depuis la Confédération*, Montréal: Boréal, 2000, p. 93-95.

⁶ Robert Sweeny, « Un passé en mutations: bilan et perspectives pour une histoire socio-économique de Montréal au XIXe siècle », dans *Montréal au X/Xe siècle. Des gens, des idées, des arts, une ville*, sous la dir. de Jean-Rémi Brault, Montréal : Leméac, 1990, p. 19-20.

⁷ Yvan Lamonde, « La sociabilité montréalaise au XIXe siècle: la présence des cultures francophone et anglophone », dans *Histoire de Montréal et de sa région*, sous la dir. de Dany Fougères, Québec: Les Presses de l'Université Laval, 2012, p. 751.

⁸ Raymond Montpetit et Sylvie Dufresne, « Formes et fonctions du loisir public à Montréal, au XIXe siècle », dans Groupe de Recherche en Art Populaire, *Rapport du Groupe de Recherche en Art Populaire: travaux et conférences 1975-1979*, Montréal: Département de l'histoire de l'art, Université du Québec à Montréal, juin 1979, p. 1.

société moderne permet aux individus d'avoir du temps libre, ceux-ci pourront le consacrer pour se divertir en découvrant le monde qui les entoure.

Accompagnés d'une arrivée massive et continue de nouveaux arrivants tant de l'intérieur que de l'extérieur du pays, les changements implacables des conditions économiques sur une très courte période de temps (1880-1930) transformeront profondément les conditions de vie, la sociabilité ainsi que la structure traditionnelle de la famille. Il faut se rappeler que Montréal était une ville majoritairement anglophone et ce, durant plus de la moitié du XIX^e siècle. Les recensements canadiens nous sont d'une grande utilité pour obtenir un portrait de l'origine ethnique de la population, notamment celui de 1871 où pour une première fois l'origine ethnique de la population est prise en compte. C'est donc à partir de ces données que nous pouvons constater que le portrait linguistique de Montréal bascule en faveur des francophones. Les Montréalais d'origine française représentent plus de 53 % des citoyens, ceux d'origines britanniques près de 45 %. Cet écart entre anglophones et francophones ne cessera de se creuser au fil des années.

Au tournant du siècle, le recensement de 1901 indique que 61 % des habitants de Montréal parle français.⁹ Malgré cette augmentation démographique, les francophones sont encore et seront minoritaires dans les domaines du commerce, des affaires et de la haute finance. Il faudra attendre les dernières décennies du XX^e siècle pour que les francophones s'implantent dans les affaires et contrôlent certains leviers de l'économie.

⁹ Gouvernement du Canada, Bibliothèque et archives Canada, *Recensements*, Recensements de 1871 et de 1901. En ligne (consulté en janvier 2014) : <http://www.bac-lac.gc.ca/fra/recensements/Pages/recensements.aspx> >

Les citoyens montréalais sont de plus en plus nombreux. On en comptait 10 000 en 1816 et plus de 200 000 à la fin du XIXe siècle¹⁰ : « C'est la constitution d'une nombreuse classe moyenne qui crée un nouveau marché pour des formes publiques de loisir culturel, cette classe étant elle-même tributaire du processus d'industrialisation »¹¹. Conséquemment, l'offre culturelle sera proportionnelle avec l'accroissement de la population. Elle se scindera entre les deux communautés linguistiques, tout comme l'occupation du territoire urbain qui sera partagé entre l'est et l'ouest de la ville.

1.2 - Une mise en place de la commercialisation de la culture et des loisirs populaires

Les débuts de la période d'industrialisation montréalaise favoriseront une sociabilité associative distincte entre les anglophones et les francophones, et ce, vers le milieu du XIXe siècle¹² tant sur le plan culturel que politique. Cette associativité s'est radicalisée politiquement, notamment avec l'imprimé patriotique¹³, et conduira en partie aux événements de 1837-1838.

Toutefois, cette forme de sociabilité connaîtra son déclin durant les dernières décennies du siècle. Cette période correspond avec l'essor de l'industrialisation, la production de masse et de l'urbanisation rapide de la ville de Montréal. Les corollaires de l'industrialisation massive se répercutent également dans les habitudes de consommation des citoyens. L'avènement de « nouveautés » fait dorénavant partie du quotidien. Ainsi, s'installe, graduellement et inexorablement une société de consommation de biens provenant de l'industrialisation.

¹⁰ Hervé Gagnon, *Divertir et instruire, Les musées de Montréal au XIXe siècle*, Sherbrooke: Production GGC, 1999, tableau 1, p. 2.

¹¹ Raymond Montpetit et Sylvie Dufresne, *loc. cit.*, p. 1.

¹² Yvan Lamonde, *loc. cit.*, p. 765.

¹³ L'appellation des divers imprimés de l'époque exemplifie les tensions patriotiques : *The Vindicator, L'Ami du peuple de l'ordre et des lois*, pour ne nommer que ceux-là.

Les ouvriers et les ouvrières des usines et des manufactures ont des revenus, peu élevés, mais assez tout de même pour « se payer » des distractions en soirées, les samedis après-midi et les dimanches.

Conscients de cette nouvelle réalité économique, des promoteurs de toutes sortes offrent désormais des divertissements commercialisés. Ces diverses mutations sociales ont provoqué des transformations dans les offres de loisirs culturelles au cours des deux dernières décennies du XIXe siècle. La technologie fait son apparition et offre de nouveaux médias de divertissement. Simultanément en 1877, « Thomas Edison aux États-Unis et Émile Berliner à Montréal font breveter leur phonographe et leur gramophone »¹⁴. L'éclairage électrique s'installe progressivement dans les lieux de présentations de spectacles divers et dans l'espace public:

Hier soir, nous avons eu le plaisir d'assister au premier essai de M. J. A. L. Craig qui a fourni cette fameuse lumière [...] La lumière était distribuée par un régulateur Serin, et répandait sur tout le carré [le Champ-de-Mars] une clarté vive qui permettait de reconnaître les personnes des points les plus éloignés.¹⁵

Montréal sera la première ville en Amérique du Nord à mettre sur pied un carnaval d'hiver. L'événement se tiendra de 1883 à 1889. Ce genre de divertissement populaire est le représentant modèle de la mise en place d'une commercialisation des loisirs. Cette organisation complexe réunit les commerçants, le milieu des affaires, et l'administration municipale dans le but...

[...] de favoriser la rencontre des clubs sportifs entre eux, l'événement se double d'objectifs économiques et touristiques clairement énoncés : d'une part, il s'agit de réactiver l'é-

¹⁴ Yvan Lamonde, « Naissance et affirmation de la culture commercialisée » p. 777.

¹⁵ *La Minerve*, 17 mai 1879, n° 210.

conomie de la ville en attirant les touristes, surtout américains, et d'autre part, de mieux faire connaître le dynamisme de Montréal aux États-Unis et dans le reste du Canada.¹⁶

La topographie de Montréal se prête facilement aux activités de plein air. Le fleuve au pied parc du Mont-Royal, l'île Sainte-Hélène (une oasis de verdure et de fraîcheur) et le parc La Fontaine sont tous à première vue des endroits publics où les Montréalais peuvent en profiter gratuitement pour se détendre et se distraire : « Aménagés à partir du XIXe siècle au moment où les territoires de la ville et leurs usages tendent à se spécialiser, les parcs, parce qu'ils sont destinés à l'ensemble de la population urbaine, acquièrent une grande importance et vont devenir les lieux publics par excellence »¹⁷.

Pourtant, en périphérie de ces endroits dédiés à la nature et à la culture, il existe une infrastructure commerciale : que ce soit le traversier pour se rendre sur l'île Sainte-Hélène ou bien le carrousel que fait installer le traiteur Sissons en 1875¹⁸, le funiculaire pour accéder au belvédère du mont Royal, ou bien les marchands ambulants que les promeneurs peuvent rencontrer sur leur chemin. Sans oublier la location de la barque sur l'étang du parc La Fontaine : « On peut aussi y louer pour quelques sous l'heure une chaloupe ou même un canot pour s'y balader. À ceux qui veulent faire le tour du lac en groupe, on offre une gondole avec un énorme cygne comme figure de proue »¹⁹. À la lumière de ces informations, il semble que le citoyen montréalais est sollicité à chaque occasion où il désire se distraire ou se détendre.

¹⁶ Sylvie Dufresne, « Attractions, curiosités, carnaval d'hiver, expositions agricoles et industrielles : le loisir public à Montréal au XIXe siècle », dans BRAULT, Jean-Rémi (dir.), *Montréal au XIXe siècle Des Gens, des idées, des arts, une ville. Actes du colloque organisé par la Société historique de Montréal (Automne 1988)*, Montréal, Leméac, 1990, 248 pages.

¹⁷ Michèle Dagenais, *Faire et fuir la ville*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2006, p. 164.

¹⁸ Jean de Laplante, *Les parcs de Montréal des origines à nos jours*, Montréal : Éditions du Méridien, 1990, p. 47.

¹⁹ Pauline Girard-Massicotte, « Le parc La Fontaine », dans *Montréal : activités, habitants, quartiers*, Société historique de Montréal, Montréal : Fides, 1984, p. 89.

1.3 - Loisir et culture populaire: de quoi s'agit-il?

Selon Roger Levasseur, la culture populaire est « une survivance des solidarités de base traditionnelles »²⁰ : le milieu familial et le cercle des relations avoisinantes (paroisse, travail, voisins immédiats). Toutefois, jumelée à l'irruption de la culture américaine dans la société montréalaise, l'arrivée de la société de consommation issue de l'ère industrielle fera « éclater le modèle culturel traditionnel unitaire en deux modèles de référence : [...] la solidarité familiale communautaire ; [...] la consommation individuelle de produits culturels standardisés »²¹.

Cependant, les solidarités primaires que les nouveaux citoyens ont apportées dans leur bagage lors de leur migration massive vers la ville industrielle sont encore très présentes : « La famille demeure pour les classes populaires le lieu privilégié des amusements et des distractions : réunion de famille, animée par les conversations et par diverses activités »²². Plusieurs téléromans²³ et films²⁴ produits dans les années 1970 et 1980 rappellent ces activités familiales ; les veillées sur le perron et les balcons, le restaurant du coin, les tavernes pour les uns et les parties de cartes dans le sous-sol d'églises pour les autres.

Comment cerner la définition de ces deux mots qui constituent l'expression « culture populaire », puisqu'à la lumière de la recension de la littérature que nous avons effectuée pour cette étude, chacun des auteurs abordés semble avoir une définition

²⁰ Roger Levasseur, « La culture populaire au Québec : de la survivance à l'affirmation », dans Gilles Pronovost (sous la dir. de), *Cultures populaires et sociétés contemporaines*, Québec, Les Presses de l'Université du Québec, 1982, p. 105.

²¹ *Ibid.*, p. 107.

²² *Ibid.*, p. 106.

²³ *La Petite Patrie, Rue des Pignons*, entre autres.

²⁴ *Bonheur d'occasion, Les Plouffe*, même si l'action se déroule dans la ville de Québec, la vie familiale des Plouffe pourrait aisément se transposer dans le Montréal de l'époque.

propre selon la thématique abordée, la période étudiée ou selon l'aune à laquelle se réfère l'auteur pour hiérarchiser ces formes de loisirs ?

Selon Levasseur, la culture populaire, « c'est un ensemble de symboles, de représentations, de valeurs, de pratiques, de savoir-faire qui expriment la totalité de l'*existence quotidienne* et lui donnent sens »²⁵. Pour sa part, Thomas Kando affirme que « *la culture populaire* peut se définir comme étant ces activités culturelles, récréatives (et de consommation) typiques de secteurs donnés de la société »²⁶. Pour leur part, sans donner une définition littérale des termes, Raymond Montpetit et Sylvie Dufresne (du *Groupe de recherche en art populaire* de l'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL) déterminent plutôt ce qu'est un loisir populaire et à qui il s'adresse :

À mesure que l'on quitte le domaine littéraire [loisir de l'élite], pour aller vers des amusements où le facteur visuel domine, nous rencontrons des formes de loisir de plus en plus populaires; conséquemment, les prix peuvent baisser, et un public important doit pouvoir prendre place dans un site capable de le recevoir. [...] Un site accessible, un prix relativement bas, et une manifestation d'ordre visuel nous semblent des éléments importants au XIX^e siècle, pour définir un loisir populaire.²⁷

Cette description résume adéquatement la typologie de divertissement que nous aborderons dans cette partie de notre étude. Pour plusieurs personnes, le mot « populaire » accolé au mot « loisir » induit un glissement péjoratif que Thomas Kando définit en ces termes : « quant à la culture populaire, elle se situe entre les deux phénomènes précédents : on lui trouve moins de vices qu'à la culture de masse, mais elle demeure quand même inférieure à la conception idéale du loisir, celui qui inspire, ennoblit l'homme »²⁸. Dans le cadre de ce travail, nous ne tenterons pas de comparer les divertissements entre eux. Notre objectif est de mettre en lumière les

²⁵ Levasseur, *loc. cit.*, p. 104.

²⁶ Thomas M. Kando, « Loisir, culture de masse et culture populaire : vers de nouvelles formes de changement culturel », dans Gilles Pronovost (sous la dir. de), *Cultures populaires et sociétés contemporaines*, Québec: Les Presses de l'Université du Québec, 1982, p. 128.

²⁷ Raymond Montpetit et Sylvie Dufresne, *loc. cit.*, p. 11.

²⁸ *Ibid.*

différents divertissements et loisirs accessibles aux Montréalais au cours du XIX^e siècle, qu'importent les jugements de valeur qui ont pu y être accolés.

CHAPITRE II

REGARD SUR LES DIVERTISSEMENTS ET LES LOISIRS POPULAIRES

2.1 - Expositions et panoramas itinérants : « Des spectacles pour toute la famille »

Nous commencerons notre tour d'horizon sur les expositions itinérantes qui étaient données à voir durant les premières décennies du XIXe siècle à Montréal. L'étude²⁹ d'Hervé Gagnon et son dépouillement systématique des annonces publicitaires dans les journaux montréalais pour la première moitié du XIXe siècle démontre que les expositions tenues entre 1801 et 1820 sont très peu nombreuses : une dizaine en tout et une seule pour la première décennie. Au cours des cinquante premières années du siècle, cette même étude répertorie 62 expositions, dont une vingtaine par année pour les deux dernières décennies examinées. Il est intéressant de noter que la ville de Québec recevra 93 expositions³⁰. Que proposaient donc ces expositions, étaient-elles populaires ?

Tout d'abord, il est important de souligner l'origine des promoteurs de ces expositions :

²⁹ Hervé Gagnon, *op. cit.*, p. 11.

³⁰ La ville de Québec compte deux fois moins d'habitants que Montréal à cette époque selon les recensements canadiens. Hervé Gagnon affirme que la ville de Québec est privée d'une partie des grandes expositions itinérantes et qu'elle « fait preuve de dynamisme et d'autonomie en lançant ses propres expositions » [Hervé Gagnon, *op. cit.*, p. 14]. Il serait intéressant de faire des recherches pour connaître plus en détail les causes de cette disparité et en apprendre davantage sur les expositions qui se sont tenues à Québec.

L'essentiel des expositions accessibles au Bas-Canada est d'origine étrangère tout au long de la période. [...] plus de 80 % viennent de l'extérieur du Bas-Canada, soit 42,3 % des États-Unis, 15,4 % d'Angleterre, 7,7 % de France et 15,4 % d'autres pays européens.³¹

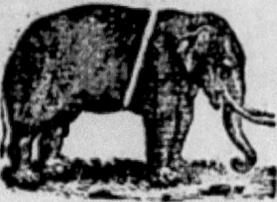
Ces statistiques nous indiquent que ce qui est donné à voir aux Montréalais provient d'une culture majoritairement anglo-saxonne. Il faut aussi avoir à l'esprit qu'à cette époque, Montréal est une ville essentiellement anglophone ; par contre, ces mêmes promoteurs ne semblent pas se soucier de la langue de la clientèle puisque pour la même période, la ville de Québec est visitée par un nombre beaucoup plus élevé d'expositions.

Ces expositions itinérantes se produisent dans un contexte fondamentalement commercial où le volet culturel est pour le moins mis de côté, si ce n'est qu'il peut apporter parfois une facette didactique dans un cadre exotique, voire spectaculaire. Les promoteurs n'hésitent pas à utiliser dans leurs publicités des superlatifs qui frappent l'imaginaire et qui susciteront une curiosité chez les clients potentiels :

Les promoteurs [...] semblent notamment passés maîtres dans l'art de créer la demande et de multiplier les visites. Ils tablent d'abord sur le spectaculaire et ne présentent leur produit que comme le plus grand, tel ce zoo à Québec décrit en 1818 comme *the most grand, rich and rare collection of living animals ever exhibited in America*, ou le plus dispendieux à créer [...].³²

³¹ Hervé Gagnon, *op. cit.*, p. 13.

³² *Ibid.*, p. 15-16.



ELEPHANT MALE.

LE premier ELEPHANT MALE qui ait jamais été importé en Amérique, pourra être vu, Rue St. Pierre, vis-à-vis du City Tavern, depuis JEUDI le 22 du courant, jusqu'au 1er. de Juillet; tous les jours, excepté les dimanches.

Les citoyens de Montréal sont maintenant pour quelques jours à même de voir une des plus grandes curiosités naturelles qui puisse être offerte en spectacle.

L'éléphant n'est pas seulement le plus grand et plus ingénu de tous les animaux, la manière dont il prend sa nourriture et son breuvage, en fait une des plus grandes curiosités naturelles qui puisse se voir. Le mâle défend ostensiblement de la femelle par la fierté et la majesté de ses regards, et la grandeur de ses défenses. Les connaisseurs avouent que la docilité de cet animal surpasse celle de tous ceux qu'on n'a jamais fait voir en Europe. Dans le fait, il entend tout ce que son maître peut lui dire; les divers tours d'adresse qu'il fait sont trop nombreux pour pouvoir être nommés. Tout ce qu'on peut dire ici, c'est qu'il débouchera une bouteille, en avalera le contenu, et rendra la bouteille et le bouchon à son gardien; il portera son gardien avec sa trompe et son pied, et le mettra sur ses épaules; puis l'en fera descendre en s'agitant; mais, ce qui est encore plus curieux, il dansera au son de la musique, et très correctement. Il a plus de huit pieds de hauteur; ses oreilles sont longues de deux pieds et demi et il pèse

5000 lbs.

L'exhibition aura lieu depuis 9 heures du matin jusqu'à 5 heures du soir.

Il y aura des places convenables pour les Dames.

Prix d'admission. 1s. 6d. et moitié du prix pour les enfants au-dessous de 12 ans.

Montréal, 19 Juin, 1833.

Figure 2.1 - Columbus, l'éléphant mâle de 5 000 lb



LES JUMENTS SIAMOIS
OU LES
Frères unis Chang-Eng.

ONT l'honneur d'informer les Dames et Messieurs de Montréal, qu'ils viennent d'arriver en cette ville, et ont loué des appartements convenables à l'HÔTEL DE RASCO, rue St. Paul près du marché neuf.

Durant leur séjour dans cette ville, les FRÈRES JUMENTS, recevront comme une faveur la visite des dames et messieurs, qui voudront bien les honorer de leur présence.

Les heures d'admission seront de MIDI A DEUX HEURES, et de SIX A HUIT du soir.

Entrée, — 1s. 3d.

Figure 2.2 - Les jumeaux siamois



ASCENSION D'UN BALLON!

PREMIÈRE ASCENSION D'UN BALLON EN CANADA.
DE L'HÔTEL MONKLAND.
Judi prochain, le 13 du courant
PAR UN AÉRONAUTE FRANÇAIS.

LE BALLON sera rempli avec 15,000 pieds cub de gaz, et sera capable de contenir HUIT PERSONNES.

Prix d'admission, avec des sièges UNE PIASTRE. Seconde place, UN ÉCU, enfants, moitié prix.

On peut se procurer des cartes d'admission, au bureau, Grande rue St. Jacques, vis-à-vis l'Hôtel Têtu. On peut aussi s'en procurer dans tous les hôtels de la cité.

Pour la commodité des parties, les Omnibus et Cabs laisseront l'hôtel COMPAIN, Place d'Armes, à toutes les heures durant la journée.

On commencera à introduire le gaz dans le ballon vers 2 heures, et l'ascension se fera vers 5 heures. — Montréal 9 Sept. 1830.

Figure 2.3 - Un lancement de ballon

Les curiosités animales (Figure 2.1) ainsi que les animaux savants sont souvent les éléments vedettes sur lesquels la publicité est axée :

Columbus, 5 000 lbs [sic]. Le premier éléphant mâle qui ait [sic] jamais été importé en Amérique. [...] Les citoyens de Montréal sont maintenant pour quelques jours à même de voir une des plus grandes curiosités naturelles qui puisse être offerte en spectacle. [...] Les divers tours d'adresse [...] il débouchera une bouteille et en avalera le contenu

[...] il prendra son gardien avec sa trompe [...] il dansera au son de la musique, et très correctement [...].³³

Les anomalies humaines (*Figure 2 2*) faisaient aussi partie du spectacle proposé (nains, géants, contorsionnistes, hommes caoutchouc, femmes à barbe, albinos, siamois, etc.) et parfois, certains établissements commerciaux comme l'HÔTEL RASCO de la rue Saint-Paul présentait des attractions de ce genre: «Les jumeaux siamois ou les frères unis, Chang-Eng [...] ont loué des appartements convenables à l'Hôtel de Rasco. Durant leur séjour dans cette ville, les frères jumeaux recevront comme une faveur la visite des dames et messieurs [...]»³⁴.

Outre la présentation de ces phénomènes humains et animaliers, les lancements de ballons (*Figure 2 3*) étaient aussi des attractions très courues. L'ascension du Français Godard, le 8 septembre 1856 à bord du ballon «Canada», attire près de 20 000 personnes dans Griffintown³⁵. Ce chiffre rapporté par le journal *La Patrie* peut sembler exagéré, toutefois, même si le nombre était moindre, nous pouvons affirmer que plus de 20 % des Montréalais ont assisté à cet événement (en nous basant sur le recensement canadien de 1861 qui indiquait que Montréal comptait alors 90 323 habitants).³⁶

Une autre attraction prisée par les Montréalais, c'est le passage dans la ville des panoramas itinérants. Ceux-ci font leur apparition très tôt au XIXe siècle et ce, jusqu'à ce qu'ils soient remplacés par d'autres médias utilisant l'image comme support visuel, notamment les journaux et les magazines vers les années 1870. Inventé «au XVIIIe siècle par le peintre écossais Robert Barker, professeur de perspective, le panorama est un genre particulier mêlant la peinture de paysage et

³³ *Le Spectateur canadien*, vol. 8, n° 20, le 24 juin 1820, p. 3.

³⁴ *La Minerve*, vol. 9, n° 44, 13 juillet 1835.

³⁵ *La Patrie*, 8 septembre 1856 p. 3.

³⁶ Hervé Gagnon, *op. cit.*, p. 2.

celle d'histoire »³⁷. Ces panoramas d'immenses toiles peintes, « elles sont fixes ou montées sur cylindres latéraux qui dans un mouvement giratoire, déroulent la toile en faisant défiler le contenu de celle-ci devant les spectateurs »³⁸.

Le *Groupe de recherche en art populaire* rapporte que les Montréalais sont conviés à voir la « Grande bataille d'Alexandrie » dans un espace construit expressément pour l'occasion en 1809.³⁹ Les thèmes présentés oscillent entre de grandes batailles historiques, les vues de grandes villes, et ceux...

qui connurent les plus grands succès étaient ceux dont le sujet comportait des actions à forts effets dramatiques : batailles, cataclysmes, etc. ; leur caractère saisissant ne pouvait qu'éblouir les spectateurs que leur niveau culturel préparait davantage aux scènes à fortes sensations qu'aux leçons de géographie ou d'histoire sans intrigue ou éclat.⁴⁰

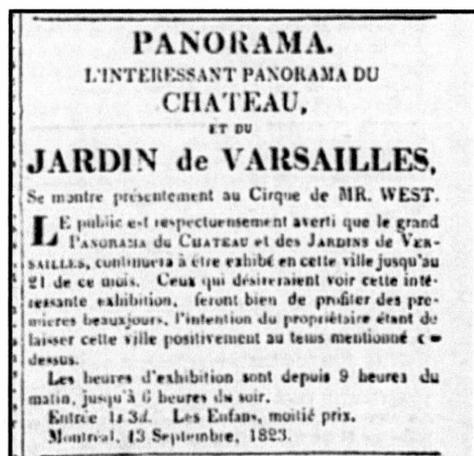


Figure 2.4 - Publicité pour un panorama Figure 2.5 - Le CYCLORAMA de Montréal

L'engouement pour ces panoramas (*Figure 2.4*) atteint son apogée durant les 1850 où ceux-ci défilent les uns à la suite des autres et demeurent à l'affiche parfois durant

³⁷ Raymond Montpetit, « Culture et exotisme : Les panoramas itinérants et le Jardin Guilbault à Montréal au XIXe siècle », *Loisir et Société/Society and Leisure*, vol. 6, n° 1, printemps 1983, p. 73.

³⁸ Sylvie Dufresne, *loc. cit.*, p. 241.

³⁹ Raymond Montpetit et Sylvie Dufresne, *loc. cit.*, p. 11.

⁴⁰ Raymond Montpetit, *loc. cit.*, p. 76.

plusieurs semaines, jusqu'à ce que l'achalandage diminue. Ces panoramas visent une large clientèle familiale et sont offerts à prix populaire. Malgré la concurrence des autres médias visuels, des promoteurs font construire le « cyclorama » (*Figure 2.5*) au coin des rues Sainte-Catherine et Saint-Urbain en 1889. Cet édifice circulaire présente un panorama de Jérusalem où les spectateurs peuvent voir la ville le jour de la crucifixion. La thématique de ce panorama explique sans doute sa popularité et sa longévité à Montréal.

Cette culture par l'image d'un point de vue extérieur sert à promouvoir les idéaux des producteurs étrangers. Cet impérialisme culturel étranger est encore et toujours d'actualité dans l'industrie du divertissement. Le constat établi par Montpetit sur l'avènement des panoramas: « Aussitôt qu'apparaît ce nouveau médium, il sert à Montréal à la transmission d'un message venu d'ailleurs, et c'est devant la nature, l'histoire et la culture des autres que le public s'émerveillera »⁴¹ est malheureusement encore d'actualité dans l'industrie culturelle québécoise.

2.2 - Le *Museo Italiano* (1822-1847): « On y voit réunis l'utile et l'agréable »⁴²

La muséohistoire de Montréal que nous abordons dans cette section s'articule principalement autour des musées accessibles au public et qui exigeaient un prix d'entrée. La particularité de la programmation de ces endroits, c'était d'être orientée sur la singularité, la bizarrerie et le sensationnalisme. Ces penchants du public étaient exploités par les promoteurs qui s'inspiraient de la façon de faire de producteurs étrangers, notamment américains, qui faisaient déjà recettes avec des expositions itinérantes et des cirques ambulants qui parcouraient le Bas-Canada durant la belle saison. La mise en place d'une muséologie axée sur la distraction et le délasserment...

⁴¹ Raymond Montpetit, *loc. cit.*, p. 73

⁴² *Le Spectateur canadien*, le 21 août 1824, vol. 12, n° 28.

[...] s'effectue en trois phases distinctes. La première se concentre dans la décennie 1820. [...] La seconde plus importante du développement des musées montréalais, la plus longue, s'étend de 1840 à 1886. [...] et ce n'est qu'avec la fin du siècle que s'enclenchera la dernière phase de développement des musées au XIXe siècle[...].⁴³

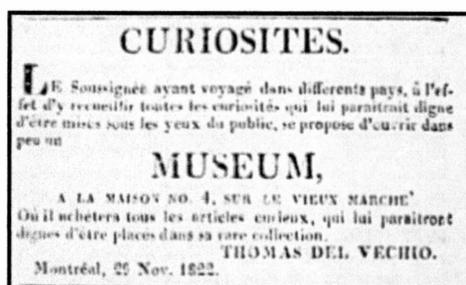


Figure 2.6 - Le MUSEO ITALIANO I

Les premières entreprises, le MusEo ITALIANO et le MUSÉE CHASSEUR verront le jour « simultanément à Montréal et à Québec en 1824 »⁴⁴. Ces musées s'apparentaient à des cabinets de curiosité. Le 30 novembre 1822, Thomas Delvecchio fait paraître une publicité (Figure 2.6) dans laquelle il fait part aux Montréalais de ses intentions muséologiques :

Curiosité. Le soussigné ayant voyagé dans différents pays, à l'effet d'y recueillir toutes les curiosités qui lui paraîtrait [sic] digne [sic] d'être mises sous les yeux d'un public, se propose d'ouvrir dans peu un muséum à la maison n° 4, sur le Vieux Marché, où il achètera tous les articles curieux qui lui paraîtront dignes d'être placés dans sa rare collection.⁴⁵

La particularité de cet encart publicitaire repose sur le premier mot en caractères gras et majuscules: «CURIOSITÉ». Dès son origine, l'entreprise de Delvecchio met en place un scénario qui conditionne son futur public à voir des choses inédites et rarissimes. Delvecchio publiera à nouveau cette même publicité dans *Le Spectateur*

⁴³ Hervé Gagnon, *Divertir et instruire, Les musées de Montréal au XIXe siècle*, Sherbrooke : Productions GGC, 1999, p. 3-5.

⁴⁴ Raymond Duchesne et Paul Carle, « L'ordre des choses: cabinets et musées d'histoire naturelle au Québec (1824-1900) », *Revue d'histoire de l'Amérique française*, vol. 44, n° 1, 1990, p. 9.

⁴⁵ *Le Spectateur canadien*, 30 novembre 1822, volume X, numéro 43.

*canadien*⁴⁶ du 14 décembre 1822 au 22 février 1823, ainsi que dans le *Canadian Spectator*⁴⁷ des 4 et 11 décembre 1822 (dans ce dernier cas, elle est présentée en langue française). La publicité ne fait pas mention de la date d'ouverture ni du coût d'entrée pour visiter le musée de Delvecchio, laissant le futur visiteur dans l'attente pour ainsi susciter son intérêt pour ledit musée.

Au cours de l'année 1823, le nom de Delvecchio paraîtra dans un encart publicitaire dans *Le Spectateur canadien* où un facteur d'orgues propose ses services et avise le public qu'un exemplaire d'un orgue à clavier et à cylindre peut être vu place du Vieux Marché chez Thomas Delvecchio.⁴⁸ Les motivations de cet aubergiste sont avant tout de nature purement commerciale, puisqu'à « la fin de 1822, peut-être pour ranimer un peu son établissement que désertait une clientèle attirée de plus en plus par le nouveau marché de la Place Jacques-Cartier, Delvecchio manifeste son intention d'ouvrir un musée de curiosités naturelles »⁴⁹. Ses voyages aux États-Unis lui auront sans doute permis d'être mis en contact avec les cabinets de curiosité qui jouissaient alors d'une certaine popularité :

Rendu familier par la renommée des cabinets américains, ce modèle de curiosité-spectacle pénètre au Bas-Canada dès le début du XIXe siècle par l'intermédiaire des expositions qui font halte à Montréal et à Québec et influence fortement la conception du Musée italien, premier musée ouvert au public à Montréal en 1824 par l'aubergiste Thomas Delvecchio.⁵⁰

⁴⁶ *Le Spectateur canadien* paraissait une fois par semaine.

⁴⁷ *Canadian Spectator*, 4 décembre 1822, vol. I, n° 8, et 11 décembre 1822, vol. I, n° 9.

⁴⁸ *Le Spectateur canadien*, 15 novembre 1823, vol. XI, n° 41.

⁴⁹ Raymond Duchesne, « Delvecchio Thomas », dans *Dictionnaire biographique du Canada*, 2003. En ligne (consulté le 1er janvier 2014): <http://www.biographi.ca/fr/bio/delvecchio_thomas_6F.html>.

⁵⁰ Hervé Gagnon, « Du cabinet de curiosités au musée scientifique. Le musée italien et la genèse des musées à Montréal dans la première moitié du XIXe siècle », *Revue d'histoire de l'Amérique française*, vol. 45, n° 3, 1992, p. 416.



Figure 2.7 - Le MUSEO ITALIANO I

L'éventail de la collection est présenté au public une première fois dans le *Spectateur canadien*⁵¹ du 14 août 1824, et également la semaine suivante, mais cette fois en première page de l'édition du 21 août 1824⁵² (Figure 2.7). Prémices à une muséographie contemporaine, l'exposition comporte, pour la première fois dans la muséohistoire du Québec, une trame narrative : « *E gabinetto di curiosita* On y voit réunis l'utile et l'agréable »⁵³. De plus, Delvecchio adapte la tarification de son musée en fonction des publics :

Le prix d'entrée au Museum sera de 30 sols par tête, s'il y a quatre personnes, ou plus ensemble; de 40 sols s'il n'y a que trois personnes, d'un écu s'il y en a que deux, une piastre s'il y en a qu'une seule, le Museum ne devant pas s'ouvrir pour moins d'une piastre. Le prix d'une soirée sera de 12 piastres pour 24 personnes et au dessous, et 15 piastres pour 30 personnes et au dessous : il ne pourra être admis plus de trente personnes à la fois.⁵⁴

⁵¹ *Le Spectateur canadien*, le 14 août 1824, vol. 12, n° 27.

⁵² *Le Spectateur canadien*, le 21 août 1824, vol. 12, n° 28.

⁵³ *Ibid*

⁵⁴ *Ibid*

En commerçant prévoyant, Delvecchio avise ses visiteurs qu'« Il n'y aura d'entrée au Museum que quand [*sic*] l'enseigne représentant une partie des curiosités qui y sont contenues sera exposée »⁵⁵. Mais quelles étaient donc ces curiosités ? Delvecchio était un avant-gardiste : il propose un « catalogue d'exposition » en publiant dans l'édition du *Spectateur canadien* de 1824 une annonce dans laquelle on peut lire une description détaillée des objets exposés dans son musée. Les visiteurs pourront y voir « une grande quantité de QUADRUPÈDES, Reptiles, Oiseaux et Poissons,[...] douze Personnages en cire [...], un très bel Optique avec d'excellentes Vues en grand nombre; un concert d'Automate Mécanique d'Automates »⁵⁶. L'annonce se poursuit avec d'autres détails sur les lézards, les reptiles, les coquillages, mais les plus curieux et extraordinaires sont sans contredit « un Agneau à huit jambes, un Cochon à deux corps par le bas, quatre oreilles et huit jambes, et une Tête de Bélier à quatre cornes »⁵⁷. Nous avons retrouvé le récit d'un visiteur, Michel Bibaud, lequel procède à une description assez précise du lieu et fait part de ses impressions personnelles :

La propreté qui règne dans cet appartement, dont le plancher est couvert d'un tapis de toile careauté [*sic*] d'un très bon goût, et le plafond décoré d'une tapisserie où l'on voit les insulaires des Îles Sandwich, de la Société, des Amis, &c. dans leur grand et brillant costume, exécutant des danses, des évolutions militaires, &c. ne contribue pas peu à augmenter le plaisir du spectateur. Il est partagé par des rideaux d'étoffe en trois divisions : la première comprend les animaux et les autres productions naturelles, et un nombre de figures de cire ; la seconde et la troisième, les ouvrages de l'art. Les instruments de musique se trouvent dans une chambre séparée, et peut-être en résulte-t-il un meilleur effet.⁵⁸

Le MusEo ITALIANO sera le seul lieu présentant ce type d'exposition durant la première moitié du XIXe siècle. Il sera le précurseur de cette phase de développement alliant la culture, l'exotisme et la commercialisation. À sa fermeture en 1847, le MUSEO ITALIANO laisse un vide durant quelques années. En effet, les Montréalais

⁵⁵ *Le Spectateur canadien*, le 21 août 1824, vol. 12, n° 28.

⁵⁶ *Le Spectateur canadien*, vol. 12, n° 27, 14 août 1824.

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ Michel Bibaud, « Cabinet de curiosités naturelles et artificielles », *Bibliothèque canadienne*, vol. 1, n° 2, juillet 1825, p. 54.

devront patienter jusqu'en juin 1852 pour renouer avec un lieu de divertissement avec la création du JARDIN BOTANIQUE ET ZOOLOGIQUE GUILBAULT. L'implantation d'autres musées de divertissement offrant une scénographie muséale n'aura lieu que vers la fin du XIXe siècle avec l'apparition de l'ÉDEN MUSÉE AND WONDERLAND en 1891 et de l'éphémère GAIETY THEATRE AND MUSEUM de 1891 à 1892.

2.3 - Le Jardin Guilbault (1852-1869): « Un haut lieu de la culture populaire à Montréal au XIXe siècle »⁵⁹

L'avènement du jardin botanique et zoologique au milieu du XIXe siècle à Montréal est un amalgame de plusieurs modèles d'inspiration américaine et britannique. Selon Raymond Montpetit, cette mode du jardin de plaisance qui associe également une partie d'exotisme est issue de la peinture, à l'exemple des compositions paysagères de Watelet et Whately au XVIIIe siècle. Ces jardins et parcs sont « conçu[s] comme un voyage à travers des paysages qui puissent jouer avec les émotions »⁶⁰. L'influence des jardins anglais se fait déjà sentir avec un Vauxhall montréalais (au XVIIIe siècle, un Vauxhall était un établissement de plaisirs organisés autour d'un dancing) : « C'est Édouard-Zotique Massicotte qui, dans quelques-uns de ses articles, note l'existence de ce lieu de divertissement [...] »⁶¹.

Quant à Hervé Gagnon, il privilégie plutôt « l'entertainment à l'américaine »⁶². Gagnon affirme que la typologie de fonctionnement du JARDIN GUILBAULT est directement inspirée par la structure des spectacles mis sur pied aux États-Unis par P.T. Barnum durant les années 1840-1850: « Ce modèle muséal influence directement J.-E. Guilbault, qui investit massivement dans le divertissement populaire,

⁵⁹ Sylvain Gaudet, « Un haut lieu de la culture populaire à Montréal au XIXe siècle: Le jardin Guilbault », *Cap-aux-Diamants: la revue d'histoire du Québec*, n° 97, 2009, p. 25.

⁶⁰ Raymond Montpetit, *loc. cit.*, p. 83.

⁶¹ *Ibid.*, p. 84.

⁶² Hervé Gagnon, *op. cit.*, p. 54.

domaine qu'il dominera pour près de deux décennies à Montréal »⁶³. Dans son article⁶⁴, Sylvain Gaudet est enclin à penser que c'est la passion de Guilbault pour l'horticulture qui serait la motivation première de la création de jardin/parc de divertissement. Nous croyons, pour notre part, que c'est la combinaison de toutes ces influences ainsi que le sens des affaires de Joseph-Édouard Guilbault qui sont à l'origine de ce lieu de loisir populaire.

Le succès du JARDIN GUILBAULT n'est pas le seul fait de Joseph-Édouard, mais aussi celui de sa fille Mathilde-Josephite, comme nous le verrons un peu plus loin. Les Guilbault sont originaires de Montréal. Joseph-Édouard naît en 1803 et il fera ses études au PETIT SÉMINAIRE DE MONTRÉAL. Très tôt, il devint marchand « à Montréal, dès 1824, alors qu'il est dit jardinier, marchand fleuriste et botaniste dès 1831-1832 »⁶⁵. L'histoire du JARDIN GUILBAULT évolue selon ses emplacements physiques et les aléas de fortune de son propriétaire.

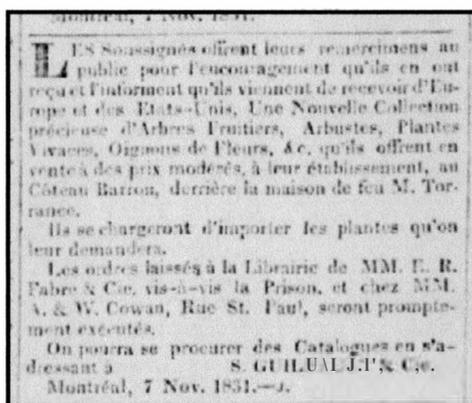


Figure 2.8 - Publicité du JARDIN GUILBAULT

Plusieurs auteurs s'entendent pour affirmer que le commerce exploité dès 1831 par Guilbault fut en fait le premier jardin botanique de Montréal. Installé sur la Côte à

⁶³ Hervé Gagnon, *op. cit.*, p. 54.

⁶⁴ Sylvain Gaudet, *loc. cit.*, p. 25-29.

⁶⁵ *Ibid.*, p. 25.

Baron, il exploite un commerce d'horticulture et d'importation de plantes. La publicité (Figure 2.8) publiée dans *La Minerve* décrit les produits offerts en misant sur l'exotisme et la rareté: « Les soussignés [...] informent qu'ils viennent de recevoir d'Europe, des États-Unis, une nouvelle collection précieuse d'arbres : fruitiers, arbustes, plantes vivaces, oignons de fleurs, etc., qu'ils offrent en vente à des prix modérés [...] Ils se chargeront d'importer les plantes qu'on leur demandera »⁶⁶. C'est sur ce site entre 1831 et 1837 que Guilbault tiendra...

en juillet 1835, une première fête extraordinaire [...] composée d'un feu d'artifice, d'illumination du jardin et d'un concert par la Bande du régiment; à cette occasion, un prix d'entrée de 2s 6d est demandé, moitié prix pour les enfants. Des rafraîchissements sont aussi en vente, mais pas de liqueurs fortes.⁶⁷

Ce genre d'événement se répétera deux autres fois au cours de l'été 1835. Guilbault instaure la commercialisation des loisirs populaires dans un parc de plaisance. Cette formule sera reprise avec succès par Ernest Lavigne et Louis-Joseph Lajoie avec le PARC SOHMER dans la dernière décennie du siècle.



Figure 2.9 - Fête extraordinaire au JARDIN GUILBAULT

⁶⁶ *La Minerve*, vol. V, n° 78, 10 novembre 1831.

⁶⁷ Raymond Montpetit, *loc. cit.*, p. 86.

L'influence américaine se fait sentir à l'été 1836 puisque Guilbault ajoute des numéros issus de la tradition du cirque comme celui d'un acrobate (*Figure 2.9*) : « Herr Cline, fera une ascension de 50 pieds de hauteur sur 200 pieds de long, au milieu des feux d'artifices et combats, etc. »⁶⁸. Guilbault semble ne pas faire ses frais puisqu'au début de la saison 1837, « il est précisé que si le propriétaire ne fait pas ses frais à cette occasion, cette fête sera la dernière qu'il donnera »⁶⁹. Il semble donc que Guilbault ne fit pas ses frais puisque le terrain sera mis en vente par le shérif de Montréal en 1838 :

La magnifique propriété sur la Côte au Baron, connue sous le nom de Jardin botanique de Guilbault, sera vendue lundi prochain, le 17 sept. courant, à 10 heures du matin au bureau du Shérif. La position avantageuse, sa vue délicieuse et la valeur du terrain invitent toutes les personnes à entrer en concurrence pour une semblable acquisition.⁷⁰

Les historiens perdent la trace de Guilbault jusqu'en 1842 où il est recensé dans le *Montreal Directory* de 1842-1843 : « *Guilbault, J, botanic garden, Coteau St-Louis, in rear of the Bishop's Church* »⁷¹. La période entre 1842 et 1852 est une période transitoire où les membres de la famille Guilbault exploitent encore un commerce d'horticulture. De plus, ils investissent dans des propriétés à revenus à Montréal et font l'acquisition d'une ferme « dans la paroisse et baronnie de Longueuil [...] Ils tirent de ce morcellement des fermes de Longueuil un capital imposant, qui constituera vraisemblablement l'investissement initial nécessaire à la création du nouveau jardin botanique fondé en 1852 »⁷².

⁶⁸ *La Minerve*, vol. 2, n° 55, 22 août 1836.

⁶⁹ Raymond Montpetit, *loc. cit.*, p. 88.

⁷⁰ *L'Ami du peuple, de l'ordre et des lois*, vol. 7, n° 17, 15 septembre 1838.

⁷¹ Bibliothèques et Archives nationales du Québec, Collection numérique annuaires Lovell [s. d.], *Annuaire Lovell de Montréal et de sa banlieue (1842-1899)*. En ligne (consulté en mars 2014): <<http://bibnum2.banq.qc.ca/bna/love11/>>

⁷² Hervé Gagnon, *op. cit.*, p. 56.

En 1849, Guilbault éprouve toutefois des difficultés financières majeures. Afin de protéger son commerce et ses biens immobiliers de ses créanciers, il fait cession d'une partie de ses biens à sa fille Mathilde-Joseph, devenant ainsi « le procureur général et spécial de celle-ci, chargé de gérer ses biens et affaires, cultiver et exploiter les fleurs, plantes, arbres et arbustes de ladite constituante. [...] il cède la moitié indivise des terrains que son épouse et lui possèdent sur la rue Côté »⁷³. Cette période est aussi marquée par des déménagements successifs du commerce horticole.

En 1849, *l'Annuaire Lovell* indique que le commerce est situé sur la rue Côté près de la rue Viger, et en 1850, il situe le commerce sur Côte-des-Neiges. D'autre part, une publicité parue en février 1850 indique le « Jardin botanique de Guilbault, Côte-des-Neiges près de la chapelle.⁷⁴ Nous ne possédons pas d'indication pour l'année 1851 puisque ledit annuaire ne fut pas publié cette année. Quant aux souvenirs de l'historien E.-Z. Massicotte pour situer le commerce, Montpetit constate que « nos recherches démontrent que plusieurs dates que Massicotte donne pour les emplacements successifs du Jardin Guilbault sont erronées »⁷⁵. Par contre, entre 1852 et 1869, les lieux des deux emplacements sont bien identifiés.

C'est à partir de 1852 que le JARDIN GUILBAULT prend vraiment son essor comme parc d'attractions populaire. Le parc occupe un grand terrain de cinq arpents loué à John Platt sur la Sherbrooke entre les rues Saint-Urbain et de Bleury. Le nouvel emplacement est ouvert le 1er juin et inauguré le 24 juin 1852 à l'occasion de la Saint-Jean-Baptiste et ce, avec un gigantesque pique-nique. Une lecture attentive des publicités publiées dans *La Minerve* du mois de juin 1852 permet, en plus d'obtenir un aperçu des produits et des attractions, de voir une technique de commercialisation novatrice pour attirer l'attention de la clientèle tant sur les produits que sur les

⁷³ Hervé Gagnon, *op. cit.*, p. 56-57.

⁷⁴ *Journal d'agriculture*, vol. 3, n° 2, février 1850, p. 47.

⁷⁵ Raymond Montpetit, *loc. cit.*, p. 90.

attractions : « La première grande fête aura lieu sous peu, avis en sera donné ; ceux qui voudront acheter auront l'avantage de déduire le prix de leur entrée sur leurs acquisitions »⁷⁶. Ainsi, Guilbault met en place une stratégie de marketing que nous retrouvons encore de nos jours. Le prix d'entrée est de quinze sous, et moitié prix pour les enfants. Par contre, fort de son succès durant la première saison, Guilbault double le prix d'entrée lors d'événements exceptionnels, lequel prix passe à trente sous, mais toujours moitié prix pour les dames et les enfants.

Durant les années suivantes (précisément jusqu'en 1861), le premier parc d'attractions de Montréal proposera ses spectacles et attractions sur les terrains de M. Platt. La presse qualifie l'endroit comme étant un « jardin de plaisir, d'éden, et de délicieux lieu de promenades, cette place d'amusement est maintenant tout à fait à la mode »⁷⁷. Encouragé par la réussite de la première saison, « en août 1853, un pavillon est construit et des pièces de théâtre et de vaudeville dans les deux langues y sont présentées »⁷⁸. Et la programmation est on ne peut plus variée : les spectateurs sont conviés à contempler des ascensions en ballon au gaz, des animaux exotiques, la reine des nains, un enfant géant.

⁷⁶ *La Minerve*, vol. 24, n° 101, 22 juin 1852.

⁷⁷ Sylvain Gaudet, *loc. cit.*, p. 26.

⁷⁸ *Ibid.*

CIRQUE
DE
LEVI J. NORTH
 SERA MONTRE A
MONTREAL,
 au
JARDIN GUILBEAULT,
 Les 2, 3, 4 et 5 Juillet,
 DEUX REPRESENTATIONS PAR JOUR



LE GRAND TOURNOI EQUESTRE COM-
 plet des meilleurs Cavaliers et Cavalierses, Appre-
 tés, Gymnastes, Combattans, Escadrons,
 etc., etc.

— 17^{ME} —
 Une des plus belles exhibitions
 dans le monde, de Chevaux de
 Purge, de Mules accablés à la
 force et à toutes sortes de jeux.

Entre au-
 tres, un grand nombre de
 Chevaux de BARNABE, de GAR-
 DE-DIABLE, de MONTAGNE, de PA-
 RY, de S. PIERRE, etc., etc., acro-
 bates et acrobates comme la troupe
 de personnes de premier ordre de 1862.





La troupe comprend les plus grands talents :
 J. L. North, A. Levi, H. Cline,
 Dlle. Castella, M. Du Roch, Rob
 Smith, M. Hazlet, W. Taylor, M.
 Whitney, M. Barnouille, F. Whit-
 aker, Madras Whittle, G. North, H.
 North, Rogart, Coyle, John et F.
 Whitaker.

Le Célèbre Choral Danant
TAMMANY,
 sera introduit par
LEVI J. NORTH.
 Avec le Choral Fecoli des Dames




SPOT BEAUTY.
 Le cheval SPOT SMITH introduit la plus pe-
 tite main de monde, "BARRY".

Mrs. C. A. R. E. L. L. A. sera sa
 GRANDE ARCADE avec une
 COLONNE, à deux heures de la
 représentation, ainsi que le commen-
 cement de la représentation.
 Grande représentation pour
 les Femmes à deux heures P. M.
 Représentation du soir à 7 heures.

SP. Ces attractions spéciales seront données aux
 Dames accompagnées de leur famille.
 TP. Admission : Boites 10 cents, Paroisse 25
 cents.

PAR DE DEMI-PIRE.
 La bande partera à travers les principales
 rues les jours d'habitation, de 10 à 11 midi.

La Compagnie jouera à St. Anne, Vendredi
 2 à 4 heures, St. André, Samedi, le 3, Bowdoin-
 ry, Lundi, 4 à 7; Orange, Mardi, le 10; St. Bas-
 tienne, le 11; Carleton Place, Jeudi, le 12; Os-
 tawa, Vendredi, le 13.

BOYD MOORE,
 Agent d'annonces pour le Cirque.
 No. 21, Rue St. Francois-Xavier, Montreal.
 25 cents

Figure 2.10 - Le Cirque de Levi J. North au JARDIN GUILBAULT

L'HIPPOZOOMADON !

L. B. LENT, Directeur,
 Exhibera à Montreal Lundi, Mardi, Mercredi
 et Jeudi, 15, 16, 17, 18 Septembre 1862,
 au Jardin Guilbault, haut de la Rue
 St. Laurent.



C'EST LA PLUS GRANDE EXPOSITION, EN CE GENRE, DU MONDE, COMPRENANT
CINQ EXPOSITIONS DISTINCTES
 DEUXIEMES ENSEMBLES ET SERVICES SOUS UN
SEUL ET SEUL PRIX D'ADMISSION.

1. Exposition Nationale mondiale de LANS, New-York.
 2. Exposition d'Europe de S. P. V. B. H. K. S. de Cincinnati et St. Louis.
 3. Exposition de l'Etat de N. Y. de Boston.
 4. Exposition du Mre. Temple, de J. C. Q. E. H.
 5. Quatre Elephants Indiens, de N. Y. S. B. H. S. Co. "Victoria
 et Albert" "Antoine et Christophe" de l'Amphitheatre de Lamb.
 de Londres.

Figure 2.11 - L'Hippozoomadon au JARDIN GUILBAULT

À l'occasion, le Jardin accueillait des cirques ambulants (*Figures 2.10 et 2.11*) lorsque ceux-ci étaient de passage à Montréal. Cette association commerciale temporaire était l'occasion pour Guilbault et les directeurs de cirque de mettre en commun leurs ressources pour publiciser l'événement tout en faisant la promotion du JARDIN GUILBAULT. Le cirque profitait d'un emplacement de choix avec lequel les Montréalais étaient familiers, et lorsque le cirque quittait la ville, plusieurs nouveaux clients avaient fait la connaissance du JARDIN GUILBAULT. Ce « *partnership* » avant l'heure profitait aux deux entreprises, et cette forme fut reprise par les promoteurs du PARC SOHMER.

Le Jardin déménage une dernière fois en 1861. La fille de Guilbault, « Mathilde Guilbault (1827-1872), procuratrice et collaboratrice de tous les instants de son père, achète du notaire Stanley C. Bagg, un grand terrain de six arpents dans le haut de la rue Saint-Laurent aux confins des limites de la cité »⁷⁹. C'est sur ce terrain que sera érigé le « Glaciarium Guilbault ».

Selon les souvenirs de Massicotte :

L'acrobatie captiva beaucoup le public et pour ne pas attirer des athlètes du dehors, M. Guilbault s'appliqua à développer les talents du pays. En peu d'années, il se forma des trapézistes, des funambules, des contorsionnistes, des jongleurs, des pantomimes, à ce point virtuose, en leurs exercices, que nombre d'entre eux furent engagés dans des troupes qui parcoururent le globe.⁸⁰

Avec cette citation de Massicotte, il est tentant de qualifier M. Guilbault de visionnaire lorsque nous mesurons l'indéniable succès international du CIRQUE ou SOLEIL. Il semble que les dernières années du JARDIN GUILBAULT aient été quelque

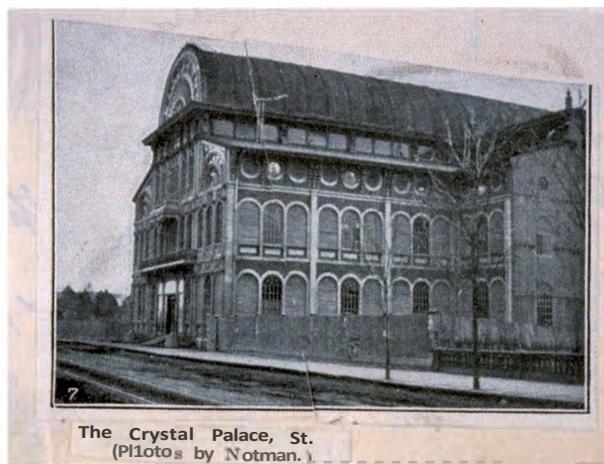
⁷⁹ Sylvain Gaudet, *loc. cit.*, p. 26-27.

⁸⁰ Édouard-Zotique Massicotte, « Coins historiques du Montréal d'autrefois : le Jardin Guilbault », *Les Cahiers des Dix*, vol. 2, 1937, p. 142-146.

peu difficiles. Lassés par la programmation, est-ce que les spectateurs n'étaient plus au rendez-vous? Les frais d'exploitation étaient-ils trop élevés? Nous ne connaissons pas les réponses à ces questions. Toujours est-il qu'au printemps 1869, les Guilbault, père et fille, sont contraints de vendre le terrain et les bâtiments, les animaux, ainsi que toute la collection du musée. Mais peine perdue, « [leurs] créanciers obtiendront finalement la saisie et la vente en justice par enchère du jardin qui sera divisé en 50 lots à bâtir entre 1869 et 1871 »⁸¹.

Aujourd'hui, rares sont les promeneurs et les épcuriens qui arpentent par milliers la rue Saint-Laurent et qui croisent la petite rue Guilbault en sachant que ce nom est celui de l'instigateur du premier jardin botanique et du promoteur du premier parc d'attractions commercial de la ville de Montréal.

2.4- Le Crystal Palace de Montréal (1860-1896): « Symbole de l'appartenance de la ville à la couronne et à l'empire britannique »⁸²



⁸¹ Sylvain Gaudet, *loc. cit.*, p. 29.

⁸² Raymond Montpetit, « Fêtes et société au Québec : La visite du prince de Galles et la construction du Crystal Palace à Montréal, en 1860 », dans Groupe de Recherche en Art Populaire, Montréal, *Rapport du Groupe de Recherche en Art Populaire: travaux et conférences 1975-1979*, Montréal, Département de l'histoire de l'art, Université du Québec à Montréal, juin 1979, p. 264.

La construction du CRYSTAL PALACE DE MONTRÉAL (*Figure 2.12*) au milieu du XIX^e siècle visait essentiellement à combler une lacune importante: une salle d'exposition permanente devant permettre d'accueillir les expositions provinciales agricoles et industrielles annuelles. L'origine de l'idée de doter la ville d'un édifice de ce genre est vraisemblablement inspirée par le CRYSTAL PALACE DE PAXTON érigé dans Hyde Park à l'occasion de l'exposition universelle tenue à Londres en 1851. De plus, l'élite montréalaise voulait également être au même diapason que les villes de Toronto et de Kingston qui possédaient déjà leur CRYSTAL PALACE.

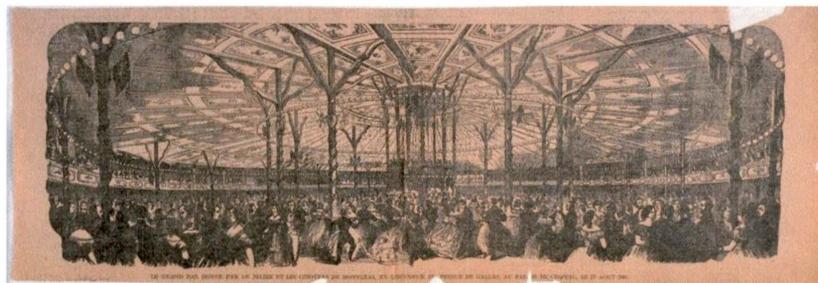


Figure 2.13 - Bal en l'honneur de la visite du prince de Galles

L'événement déclencheur qui mettra en branle les démarches pour la construction de cet édifice sera la visite au Canada du prince de Galles (*Figure 2.13*) afin d'inaugurer le pont Victoria en 1860. Dans la foulée des grandioses cérémonies prévues pour souligner cette exceptionnelle visite, les autorités tant privées que publiques décident d'organiser une grande exposition « dans le but de faire voir au prince, la prospérité industrielle et agricole de sa colonie »⁸³. Le hic, c'est que la ville de Montréal ne possède pas d'endroit suffisamment grand et raisonnablement distingué pour permettre la tenue d'une exposition d'une telle envergure. C'est donc dans ce contexte qu'on dotera la ville de Montréal d'un lieu permanent d'exposition pour être en mesure de recevoir en grande pompe le futur roi de l'Empire britannique.

⁸³ Raymond Montpetit, *loc. cit.*, p. 263.

Originellement, l'initiative de ce projet revient au *Board of Arts and Manufactures* de Montréal. Devant l'envergure du programme, les membres décident de solliciter la collaboration de la corporation de la ville afin qu'elle s'implique dans la réalisation du projet. En fait, le *Board of Arts and Manufactures* souhaite que la Ville de Montréal « souscrive la somme de cinquante mille dollars, soit trente mille dollars pour l'achat du terrain approprié, et vingt mille dollars pour aider à la construction même de l'édifice »⁸⁴. Plusieurs terrains étaient disponibles, mais aucun ne faisait l'unanimité : « C'est à partir de ce moment que la situation se corse et que les traditionnelles dichotomies "francophones/anglophones, secteur est/secteur ouest de la ville" se manifestent à nouveau »⁸⁵. Le débat se transporte dans les journaux et les discours s'enflamment entre anglophones et francophones, et entre partisans de l'est et de l'ouest de la ville.

Le choix du conseil municipal pour le terrain où sera construit le futur CRYSTAL PALACE se porte sur les *Jardins du Gouvernement*⁸⁶. La motion est soumise aux votes des conseillers et il y a égalité entre les *pour* et les *contre*. Le maire de l'époque Charles-Séraphin Rodier a finalement opté pour l'adoption de la proposition. Devant le résultat du vote, le *Board of Arts and Manufactures* décide de rejeter l'offre municipale. Le *Board* invoque toutes sortes de raisons pour justifier son refus, entre autres la lenteur des négociations pour l'acquisition du terrain. *La Minerve* commente ainsi la volte-face : « On s'est fondé pour en venir à cette détermination sur l'étendue insuffisante du jardin du Gouvernement. C'est un

⁸⁴ Raymond Montpetit, *loc. cit.*, p. 265.

⁸⁵ Sylvie Dufresne, « Attractions, curiosités, carnaval d'hiver, expositions agricoles et industrielles : le loisir public à Montréal au XIXe siècle », dans Jean-Rémi BRAULT (sous la dir. de), *Montréal au XIXe siècle. Des gens, des idées, des arts, une ville*, Montréal : Leméac, p. 256.

⁸⁶ Ce sont les terrains entre l'Hôtel de Ville et l'actuel palais de justice où se trouve aussi la Place Vauquelin.

prétexte rien de plus »⁸⁷. Finalement, le premier CRYSTAL PALACE est construit dans l'ouest, sur les rues Cathcart et Sainte-Catherine.

La Ville de Montréal s'est retirée du projet de construction et les 50 000 \$ prévus sont également retirés. Malgré tout, le *Board* va de l'avant avec son projet de construction du CRYSTAL PALACE d'après les plans de l'architecte J.W. Hopkins. Les fonds vinrent à manquer, entre autres à cause de la mauvaise qualité du terrain pour lequel des sommes additionnelles ont dû être dépensées afin de consolider un sol instable « qui requérait l'implantation préalable de piliers de stabilisation, sans lesquels le terrain mouvant risquait de provoquer l'écroulement de l'édifice »⁸⁸. Les promoteurs durent modifier les plans initiaux afin de minimiser les coûts de construction et le résultat fut à l'avenant. Ils modifièrent les dimensions de l'édifice...

[...] en ne faisant que construire qu'une nef principale traversée par deux courts transepts. On est loin de l'élégance de Paxton ; l'échelle réduite de la structure amputée de ses nefs latérales, la lourdeur des matériaux, brique et bois au lieu de fer et verre, donnent à l'ensemble architectural du palais montréalais une allure massive et trapue.⁸⁹

Finalement, la construction fut terminée à temps et l'inauguration, présidée par le prince de Galles, a lieu le 24 août 1860. Cette première version du CRYSTAL PALACE demeurera sur la rue Sainte-Catherine jusqu'en 1878. L'édifice accueillit par la suite différentes activités populaires, comme des banquets, des concerts et des expositions de toutes sortes. Toutefois, l'édifice est très peu utilisé et il se dégrade rapidement : « en moins d'une décennie la bâtisse offre une image de désuétude [le Crystal Palace] dépare la très prestigieuse rue Sainte-Catherine »⁹⁰. Bref, la décision fut prise de le démolir et de le reconstruire, mais sur un nouvel emplacement. Ces décisions prises,

⁸⁷ *La Minerve*, vol. XXIII, n° 87, 14 avril 1860.

⁸⁸ Raymond Montpetit, *loc. cit.*, p. 267.

⁸⁹ Sylvie Dufresne, *loc. cit.*, p. 257.

⁹⁰ *Ibid*, p. 260.

les mêmes tergiversations, tiraillements et chicanes de clocher sont encore au rendez-vous et s'échelonnent sur une période de près de huit années, de 1870 à 1878.

Cette fois-ci, trois acteurs sont en scène: la Ville de Montréal, le *Board of Arts and Manufactures* et le *Conseil d'agriculture de la province de Québec*. D'une part, le *Board* voudrait installer le CRYSTAL PALACE sur les terrains de l'ancienne ferme Logan (aujourd'hui le parc La Fontaine) et d'autre part, le gouvernement du Québec voudrait que l'érection de la nouvelle bâtisse se fasse sur des terrains qu'il possède déjà dans la municipalité de Saint-Louis du Mile-End, c'est-à-dire entre les rues de Bleury et Saint-Urbain, à la hauteur de la rue Mont-Royal et du Boulevard (Saint-Joseph). La Ville de Montréal, pour sa part, est plutôt réticente à l'idée d'investir des sommes d'argent dans un projet en dehors de ses limites territoriales.

Les travaux débutent en 1878 sur les anciens terrains des Sœurs de l'Hôtel-Dieu, lesquels terrains sont la propriété du gouvernement du Québec. La première exposition aura lieu en septembre 1880. L'emplacement du CRYSTAL PALACE est principalement destiné aux expositions provinciales agricoles et industrielles. Les expositions étaient l'occasion pour que « les manufacturiers, ou leurs agents, les marchands, les agriculteurs et les artisans qui s'y côtoient y exposent les produits finis les plus divers. Les inventeurs de tous genres viennent également exposer leurs dernières trouvailles »⁹¹. Les commentaires élogieux des deux communautés linguistiques sont unanimes et élogieux : « *The feeling of pride [...] must grow stronger, amongst even the most cosmopolitan of people, were they to examine the contents of this Crystal Palace* »⁹² et « [Crystal Palace] surpasse de beaucoup en

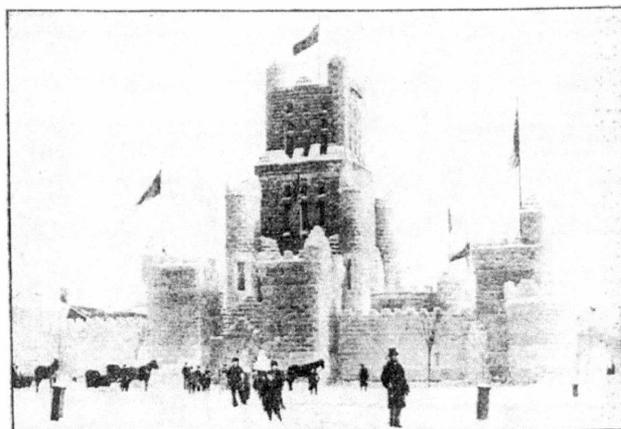
⁹¹ Pierre Brouillard, « Les dernières années du Crystal Palace au parc de l'exposition provinciale (1878-1896) », dans Groupe de Recherche en Art Populaire, Montréal, *Rapport du Groupe de Recherche en Art Populaire: travaux et conférences 1975-1979*, Montréal: Département de l'histoire de l'art, Université du Québec à Montréal, juin 1979, p. 291.

⁹² *The Montreal Gazette*, 16 septembre 1880, p. 6.

richesse, en étendue et en élégance tout ce que le Canada a fait construire jusqu'à présent dans le but d'exposition »⁹³. Le fait marquant dans l'histoire de ce deuxième CRYSTAL PALACE sera l'exposition intitulée *Puissance du Canada* tenue en 1884. Le CRYSTAL PALACE de Montréal n'entrera pas dans le XXe siècle, puisqu'un incendie en juillet 1896 détruira le pavillon principal.

2.5 - Le Carnaval d'hiver de Montréal (1883-1890): les plaisirs de l'hiver à Montréal ; dualité linguistique et géographique

L'initiative de tenir un carnaval d'hiver à Montréal revient à un avocat anglophone, Robert D. McGibbon, membre du *Montreal Snow Shoe Club* fondé en 1843. Les intentions premières sont « de montrer aux Américains les charmes de l'hiver au Canada »⁹⁴ et s'inscrivent dans un but d'attirer une clientèle touristique aisée et ainsi de favoriser les activités commerciales au cœur de Montréal. En 1882, les autorités municipales accordent une subvention aux organisateurs et des dons privés sont recueillis afin de mettre sur pied le premier carnaval d'hiver au début de l'année 1883.



la police de 9 place du carré Dominion, en 1887.

Figure 2.14 - Le Palais de glace pendant le Carnaval d'hiver de Montréal en 1884

⁹³ *La Minerve*, 3 septembre 1880, p. 2.

⁹⁴ Raymond Montpetit et Sylvie Dufresne, *loc. cit.*, p. 23.

Le *Palais de glace*, une construction de plus 80 pieds de hauteur, devint l'attraction principale et le symbole du carnaval d'hiver de Montréal. Les commerçants montréalais profitent de la tenue de l'événement et surtout de la fascination du public pour le *Palais de glace* (Figure 2.14) pour publiciser leurs produits :

Le Palais de Glace - Pendant le prochain carnaval le Palais de Glace construit près du Windsor excitera l'admiration de tous les étrangers qui visiteront Montréal. Cet édifice disparaîtra, mais on se rappellera toujours que les plus beaux pots à tabac, les meilleurs cigares de la Havane, etc., se vendent toujours au prix du gros chez A. Nathan, no. 71, rue St-Laurent.⁹⁵

Encore une fois, l'organisation d'un événement accentuera le clivage entre les anglophones et les francophones, plus particulièrement cette fois-ci dans le milieu d'affaires: « Cette absence des francophones, dans l'organisation des fêtes, est significative de la réalité montréalaise et démontre à quel point l'ensemble de la dynamique collective est traversé par cette dualité ethnique, linguistique et économique »⁹⁶. Les premières éditions du carnaval d'hiver sont marquées par l'absence de la communauté francophone.

L'événement prend place au centre-ville, dans l'ouest, et les marchands francophones en sont comme exclus de par la situation géographique: « à l'instar de leurs confrères de l'ouest de la ville, les marchands, hôteliers et hommes d'affaires canadiens-français voudraient bien profiter des belles retombées économiques de la fête mais voilà que celle-ci déploie ses activités dans un secteur de la ville où ils sont nettement sous représentés »⁹⁷. Ce ne sera qu'en 1885 que la classe commerçante francophone participera à l'événement.

⁹⁵ *Le Grogner*, vol. II, n° 10, 13 janvier 1883.

⁹⁶ Sylvie Dufresne, *loc. cit.*, p. 249.

⁹⁷ *Ibid*, p. 249-250.

L'antagonisme latent entre les deux communautés refait surface au grand jour cette fois en 1885, l'année où les francophones collaborent à l'organisation du carnaval d'hiver. Une marche aux flambeaux est prévue dans la partie est de la ville et les organisateurs francophones invitent les membres de la communauté anglophone. Ces derniers refuseront de se joindre à la marche puisque « ceux-ci découvrent que le parcours projeté ressemble fortement à celui emprunté par les parades de la St-Jean-Baptiste »⁹⁸. Évidemment, l'organisation anglophone refuse de prendre part à la marche aux flambeaux en arguant de faux prétextes, comme la longueur du tracé.

De plus, le clergé catholique s'immisce dans le débat en dénonçant « ces amusements dangereux et la mixité des hommes et des femmes dans les activités (glissade) où les attouchements peuvent être des occasions de péchés »⁹⁹. Le clergé catholique ne voit pas d'un très bon œil les divertissements où il y a promiscuité entre hommes et femmes.

Ce n'est pas seulement le carnaval qui est visé par ces mises en garde, ce sont tous les loisirs populaires, les bals, le théâtre ainsi que les activités sportives.¹⁰⁰ Malgré les divergences linguistiques, géographiques et commerciales, et les mises en garde du clergé tant protestant que catholique, l'événement remporte un succès de popularité et la commercialisation des loisirs semble également y trouver son compte : « Les retombées économiques sont significatives et c'est sans la moindre hésitation que le projet est reconduit pour l'année 1884 »¹⁰¹.

⁹⁸ Sylvie Dufresne, *loc. cit.*, p. 253.

⁹⁹ Yvan Lamonde, *loc. cit.*, p. 782.

¹⁰⁰ Deux textes de Sylvie Dufresne dans le rapport du Groupe de recherche en art populaire traitent de la condamnation des loisirs : « Un cas de répression du loisir dans l'idéologie ultramontaine au Québec à la fin du XIXe siècle: le théâtre », p. 187-222, et « Les divertissements et la répression ultramontaine au Québec, au XIXe siècle », p. 223-257.

¹⁰¹ Sylvie Dufresne, *loc. cit.*, p. 249.



Figure 2.15 - Le Lion de glace pendant le *Carnaval d'hiver de Montréal* en 1885

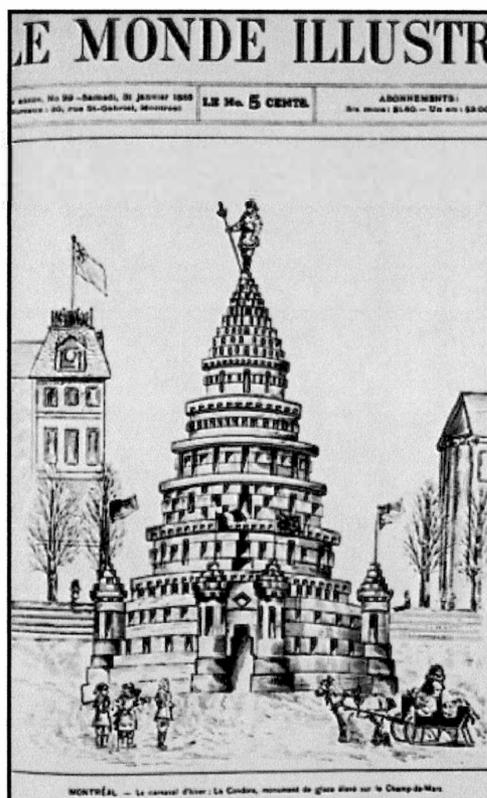


Figure 2.16 - *La Condora* de glace pendant le *Carnaval d'hiver de Montréal* en 1885

À la différence des expositions et des panoramas itinérants, le carnaval d'hiver permet aux Montréalais de s'identifier à leur culture spécifique : « Le palais de glace, construit chaque année sur le square Dominion, le lion géant [Figure 2.15] de la Place d'Armes et La Condora [Figure 2.16] du Champ-de-Mars (tous deux érigés en 1885 sous l'égide des comités organisateurs canadiens-français)»¹⁰². La cohabitation de ces différents signes culturels au sein d'un même événement d'envergure démontre aux visiteurs étrangers un certain nationalisme canadien, une fierté d'être Canadien.

Toutefois, le *Carnaval d'hiver de Montréal* ne vivra que quelques années. Les participants sont au rendez-vous, mais il semble que l'appât du gain des différents

¹⁰² Sylvie Dufresne, *loc. cit.*, p. 251.

promoteurs aura raison de l'événement. En effet, à l'aube de l'organisation de l'édition de 1890, « Le financement finit par faire défaut parce que les deux principaux agents économiques du carnaval - hôteliers et capitalistes du chemin de fer - n'investissent plus à la mesure de leurs profits particuliers »¹⁰³.

2.6 - Éden Musée and Wonderland (1891-1940) : « Du nouveau tout le temps. Y êtes-vous allé? »¹⁰⁴



Figure 2.17 - Publicité du MUSÉE ÉDEN

L'avènement de ce type de musée de divertissement coïncide avec la renaissance du vaudeville américain qui est apparu au cours de l'année 1883 « où il remporta immédiatement un éclatant succès »¹⁰⁵, mais de courte durée. Les spectacles étaient présentés dans « de grandes salles où s'entassaient adultes et enfants dans le désordre et la bonne humeur »¹⁰⁶. Les propriétaires de ces endroits ont qualifié ce nouveau modèle commercial de divertissement de « muséum », donnant ainsi un certain

¹⁰³ Yvan Lamonde, « Naissance et affirmation de la culture commercialisée », dans *Histoire de Montréal et de sa région*, sous la dir. de Dany Fougères, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2012, p. 780.

¹⁰⁴ *Le Canard*, 2e série, vol. I, n° 37, 11 août 1894, p. 3.

¹⁰⁵ André Bourassa et Jean-Marc Larme, *op. cit.*, p. 38.

¹⁰⁶ *Ibid*

caractère didactique à leurs attractions éclectiques. Plus tard, notamment aux États-Unis, ces types d'établissements furent couramment désignés sous l'expression « *Dime Museum* » puisque le prix d'entrée était fixé à dix sous.

Il faut établir ici une distinction entre le vaudeville américain et le burlesque. Le vaudeville américain propose une variété de numéros avec des « chants, danses, acrobaties, cirques, comédie, tours d'adresse et de magie, etc. »¹⁰⁷. Le burlesque quant à lui, propose aussi le même type d'attractions, mais la différence se situe dans l'enchaînement des numéros : « c'est une "ligne de danseuses" qui se produisent entre les divers numéros qui le caractérise... La distinction majeure entre le burlesque et le vaudeville... relève en définitive de la "ligne de filles", c'est elle qui caractérise le genre »¹⁰⁸. L'année 1891 sera marquée par l'ouverture, presque simultanément, de deux nouveaux « muséums » sur la rue Saint-Laurent, à quelques pâtés de maisons l'un de l'autre: l'ÉDEN MUSÉE & WONDERLAND et le GAIETY MUSEUM & THEATORIUM.



Figure 2.18 - Billetterie du MUSÉE ÉDEN

¹⁰⁷ Yvan Lamonde et Raymond Montpetit, *Le parc Sohmer de Montréal (1889-1919)* Québec: Institut québécois de recherche sur la culture, 1986, p. 121.

¹⁰⁸ *Ibid.*, cité dans Chantal Hébert, *Le burlesque au Québec*, Montréal: H.M.H., Hurtubise, 1989, p. 6-9.

Ces deux entreprises étaient la propriété de citoyens américains et la programmation s'apparentait directement des *Dime Museums*. L'ÉDEN MUSÉE & WONDERLAND (Figure 2.18) connaîtra deux vies, de nombreux propriétaires et deux emplacements différents, mais toujours sur la rue Saint-Laurent. L'édition du quotidien *La Patrie* du mercredi 25 mars 1891 rapporte l'ouverture du nouveau MUSÉE ÉDEN sous le titre « Amusements du jour ». Suite à une invitation de la direction pour visiter l'établissement, le journaliste fait l'apologie des lieux. L'appréciation et les commentaires sont dithyrambiques : « C'est admirable à voir ! Toutes les classes de la société s'y rendent en foule et en reviennent enchantées. Un des meilleurs amusements du jour. Les tableaux sont magnifiques »¹⁰⁹. C'est également dans ce numéro de *La Patrie* que paraît la première publicité de musée. L'établissement s'identifie comme « Musée Éden » et « Terre des Merveilles ». L'encart publicitaire met en évidence la grandeur du lieu : « six immenses départements ». Le public cible est aussi clairement identifié : « Le rendez-vous modèle des familles d'Amérique exhibant tout ce qui est merveilleux et curieux »¹¹⁰.

Le premier emplacement du MUSÉE ÉDEN était logé aux numéros 1206-1212 Saint-Laurent¹¹¹, entre les rues de Maisonneuve et Sainte-Catherine. Un article paru dans le quotidien *La Minerve* du 17 mars 1891 brosse un portrait des installations et d'entrée de jeu, l'auteur précise que les « dames et demoiselles sont admises » :

Pour être un succès, le musée de]'Éden doit être considérable [...] M. W. B. Blackhall a loué deux grandes bâtisses comprenant six immenses appartements[...] La porte d'entrée est en verre coloré et en bois riche. Le rez-de-chaussée contient une galerie artistique magnifique [...] En montant un escalier facile, on arrive à la salle des curiosités. [...] Il y a aussi la chambre des horreurs. Dans le petit théâtre, des représentations magnifiques et d'une nature chaste, sont données à chaque heure. Il y a aussi une charmante petite

¹⁰⁹ *La Patrie*, 13^e année, n° 26, mercredi 25 mars 1891, p. 4.

¹¹⁰ *Ibid.*

¹¹¹ Numéros d'aujourd'hui. Ils correspondent aux numéros 242,244 et 246 de 1891.

chambre de toilette pour les dames et une servante à leur disposition. Il y a une police spéciale pour maintenir l'ordre le plus strict.¹¹²

Selon l'encart publicitaire récurrent, le musée propose une exposition permanente de figures de cire grandeur nature représentant les personnages les plus importants de l'époque: « Sa Majesté la reine [Victoria] en robe de cour, avec bijoux; Sa Sainteté le pape Léon XIII, portant ses vêtements pontificaux »¹¹³. Il est aussi donné à voir « mille curiosités», entre autres « Zamora, reine de grâce et de beauté; !'Hercule moderne». Le *theatorium* pouvait accueillir 200 spectateurs assis et présentait « à chaque heure des pièces, des farces et concerts »¹¹⁴.

Cette première version du Musée Éden ne sera en activité qu'un peu moins de deux années; il fermera ses portes en 1893. Est-ce que le coût d'entrée fixé à 10 sous était trop modeste pour l'ampleur de la programmation ou bien serait-ce les visiteurs qui n'étaient pas au rendez-vous? Il est fort probable que la combinaison de ces deux facteurs ajoutés à la forte concurrence périphérique ainsi que l'attraction irrésistible que le PARC SOHMER avait sur les Montréalais contribua à sa fermeture.

La seconde version du MUSÉE ÉDEN sera hébergée cette fois-ci au sous-sol du MONUMENT-NATIONAL et sera inaugurée le 9 juillet 1894. Les auteurs Bourassa et Larue supputent« que ce nouvel Éden était né de la fusion de l'Éden précédent et des galeries historiques du musée Lasalle fondé à l'occasion du 250^e anniversaire de Montréal et situé rue Notre-Dame de 1892-1894 »¹¹⁵. Tout comme la version précédente, une grande part de l'exposition était consacrée aux figures de cire et aux tableaux qui représentaient des scènes religieuses (*Figure 2.19*), patriotiques (*Figure 2.20*) et horribles tirées de l'actualité judiciaire locale ou internationale (*Figure 2.21*).

¹¹² *La Minerve*, 63^e année, n^o 157, 17 mars 1891, p. 3.

¹¹³ *La Minerve*, 63^e année, n^o 157, 17 mars 1891, p. 3.

¹¹⁴ Hervé Gagnon, *op. cit.*, p. 68.

¹¹⁵ André G. Bourassa et Jean-Marc Larue, *op. cit.*, p. 43.



Figure 2.19 - Scène religieuse avec des figures de cire



Figure 2.20 - Scène horifiante de l'actualité judiciaire avec des figures de cire

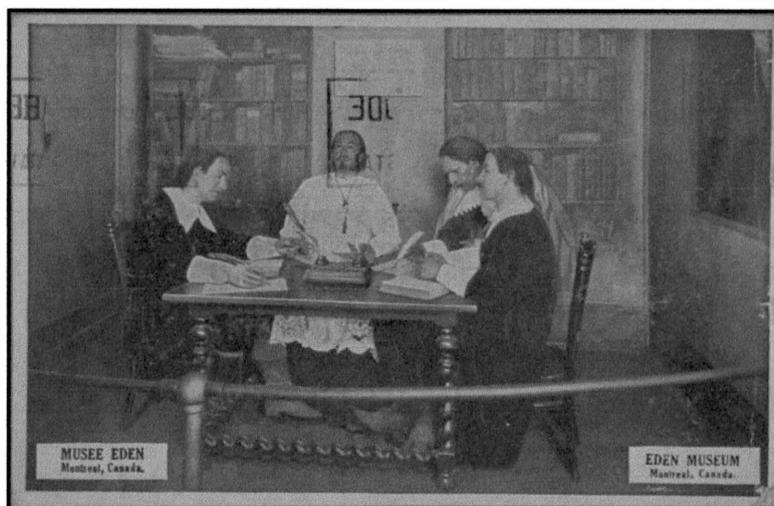


Figure 2.21 - Scène historique avec des figures de cire

Le sensationnel et le goût du macabre sont poussés à leur extrême avec la reconstitution de l'exécution de Santo¹¹⁶ et d'une guillotine. Lors de cette reconstitution de l'exécution au mois d'août 1894, plus de 2 000 personnes ont défilé au MUSÉE ÉDEN selon les journaux de l'époque.

Au tournant du XXe siècle, l'établissement réorganise sa programmation en fonction des goûts du public et de l'avènement du cinéma. La direction du musée acquiert en 1899 un appareil de projection cinématographique. Lors de son entrée dans le nouveau siècle, l'établissement portera une nouvelle appellation: le MUSÉE ÉDEN ET ODÉON. Dès cet instant, l'entreprise « abandonne graduellement la présentation de vaudeville américain et de variétés françaises pour n'exploiter que ses collections historiques et le cinémascope »¹¹⁷. Le MUSÉE ÉDEN fermera définitivement ses portes en 1940.

¹¹⁶ Santo Caserio: anarchiste italien qui poignarda à mort le président français le 24 juin 1894.

¹¹⁷ Hervé Gagnon, *op. cit.*, p. 70.

CHAPITRE III

CAS DE FIGURE : LE *PARC SOHMER* (1889-1919) : « UN SITE CHAMPÊTRE OFFRANT UN SPECTACLE VARIÉ OÙ SE MÊLENT MUSIQUE, VARIÉTÉ ET CIRQUE »¹¹⁸

3.1 - Introduction

Le choix du PARC SOHMER comme cas de figure dans cette étude exemplifie l'éclectisme culturel qui était offert à une clientèle spécifique, la classe moyenne ouvrière, et ce, dans un endroit stratégique, la partie est de Montréal. De plus, le regard que nous jetterons sur ce microcosme culturel apportera un éclairage, en partie du moins, sur les relations entre la culture et le divertissement populaire axé sur l'exotisme et le spectaculaire dans le contexte naissant d'une commercialisation des loisirs et des spectacles et d'une industrialisation croissante.

« [P]opulaire, urbain et non discursif »¹¹⁹, telles sont les qualités intrinsèques de ce lieu unique de divertissement. Dans un premier temps, le qualificatif « populaire » définit la clientèle en raison de son succès quant à la fréquentation : « Les fêtes françaises au parc Sohmer ont pendant trois jours attiré la foule. On estime à près de 2,000 \$ le produit net des recettes des trois jours »¹²⁰. Dans un deuxième temps, le PARC SOHMER était fréquenté par toutes les couches de la société. La preuve en est donnée lors des funérailles (le 21 janvier 1909) d'un des fondateurs du Parc, Ernest Lavigne (*Figure 3.1*):

¹¹⁸ Yvan Lamonde et Raymond Montpetit, *Le parc Sohmer de Montréal (1889-1919)*, Québec: Institut québécois de recherche sur la culture, 1986, p. 107.

¹¹⁹ *Ibid.*, p. 14.

¹²⁰ *Le Passe-temps*, vol. I, n° 12, 20 juillet 1895.

Les funérailles d'Ernest Lavigne qui ont eu lieu hier matin furent si imposantes qu'on peut presque les comparer à celles de Mercier¹²¹ et de Préfontaine¹²². C'est que l'éminent musicien que nous venons de perdre était connu de la population entière de Montréal, et que l'on comptait par milliers ceux qui avaient voulu donner un ultime témoignage d'estime à la mémoire du disparu.¹²³

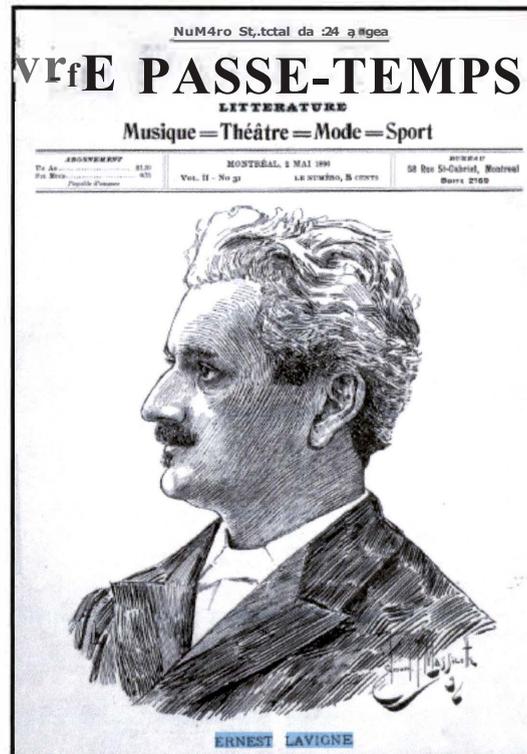


Figure 3.1 -Portrait d'Ernest Lavigne

À la suite de l'article suivait une liste de plusieurs dizaines de noms de personnages connus qui ont suivi le cortège funèbre. On y retrouvait le nom de juges, d'officiers militaires, d'échevins, de docteurs et d'avocats ; en fait, toutes les couches de la société montréalaise y étaient représentées.

¹²¹ Premier ministre du Québec de 1887 à 1894.

¹²² Président du *Comité des chemins* dans l'administration municipale de Montréal durant les années 1890.

¹²³ *Le Canada*, vol. VI, n° 216, vendredi 22 janvier 1909.

Avec le second qualificatif « urbain », qu'il faut associer au terme « parc » pour qu'il puisse prendre tout son sens, est quant à lui un espace qui s'inscrit en opposition avec l'industrialisation et les quartiers populaires. Ce type d'espace public, totalement absent dans le monde rural, se définit comme « Des lieux de passage et de rencontre, lieux imaginés, revendiqués et pratiqués, lieux accessibles à tous et pourtant normés, lieux de loisirs et culture »¹²⁴. Les promoteurs, Lavigne et Lajoie, ont su jumeler l'attrait du grand air dans un espace champêtre sur les rives du Saint-Laurent en plein cœur d'un quartier ouvrier densément peuplé avec la montée d'une commercialisation de la culture depuis les années 1880.

La dernière spécificité du PARC SOHMER relevée par les auteurs Lamonde et Montpetit, c'est qu'il « est une réalité [...] non discursive »¹²⁵ puisque la création, l'implantation et la programmation s'appuient non pas sur une réflexion théorique, mais sur des expériences vécues. Lavigne et Lajoie ont voyagé chacun de leur côté et ils ont fréquenté des lieux semblables tant en Europe qu'aux États-Unis. Ainsi, forts de leur expérience, ils sont en mesure de mettre en place ce type de lieu de divertissement, sachant que la clientèle serait au rendez-vous.

À l'exemple des nouveaux phénomènes urbains au tournant du XXe siècle (la consommation de masse, la promiscuité résidentielle, le travail à la chaîne, les nouvelles technologies, etc.), le PARC SOHMER s'inscrit lui aussi dans un contexte de changement social majeur. C'est une oasis de loisirs populaires et de sociabilité qui réunit sous le même chapiteau culture, exotisme et commercialisation.

¹²⁴ Michèle Dagenais, *Faire et fuir la ville, Espaces publics de culture et de loisirs à Montréal et Toronto au XIXe et XXe siècle*, Québec: Presses de l'Université Laval, 2006, p. 1.

¹²⁵ Lamonde et Montpetit, *loc. cit.*, p. 14.

3.2 - Les fondateurs

3.2.1 - Louis-Joseph Lajoie (1842-1913) : le comptable du PARC SOHMER

L'association d'Ernest Lavigne et Louis-Joseph Lajoie remonte aux années 1881-1882 lorsque Lajoie devient partenaire d'affaires¹²⁶ dans le commerce d'instruments de musique qu'exploitait Lavigne depuis 1877. Nous savons peu de choses sur les origines de Lajoie. Il est né en octobre en 1842¹²⁷ et son épouse se prénomme Marie. Ils auront cinq enfants (un garçon et quatre filles) entre les années 1878 et 1894. Nous présumons que le mariage fut célébré au cours de l'année 1877 ou 1878, puisque Blanche (l'aînée de la famille) est née en 1878. Lors du recensement de 1911, la famille habite au 183 Saint-Denis, entre les rues Ontario et Mignonne (aujourd'hui de Maisonneuve). Lajoie déclare qu'il est gérant. La famille semble prospère puisque la maisonnée abrite sept personnes, incluant deux domestiques, une servante et une cuisinière.

Nous savons qu'il était comptable¹²⁸, et à partir de cette information, nous avons dépouillé les *Annuaire Lovell* de Montréal. Le premier Louis-Joseph Lajoie que nous avons retrouvé dans les *Annuaire Lovell* pour les années 1868-1869¹²⁹ est inscrit comme *bookkeeper* au 30, de la rue Saint-Louis. Cette première occupation semble s'accorder avec la future carrière de notre personnage.

¹²⁶ *L'Annuaire Lovell* alphabétique des années 1881-1882 recense Lajoie: Lajoie Louis-Joseph of Lavigne & Lajoie. Bibliothèques et Archives nationales du Québec, Collection numérique annuaires Lovell [s. d.], *Annuaire Lovell de Montréal et de sa banlieue (1842-1899)*. En ligne (consulté en février 2014) : <<http://bibnum2.banq.qc.ca/bna/lovell/>>.

¹²⁷ Tous les renseignements sur la famille Lajoie sont tirés du recensement canadien de 1911. Gouvernement du Canada, Bibliothèques et archives, *Recensements*, Recensement de 1911. En ligne (consulté en février 2014): <<http://www.bac-lac.gc.ca/fra/recensements/1911/Pages/propos-recensement.aspx>>.

¹²⁸ Yvan Lamonde et Raymond Montpetit, *op. cit.*, p. 41.

¹²⁹ *Annuaire Lovell* alphabétique, années 1868-1869. Bibliothèques et Archives nationales du Québec, Collection numérique annuaires Lovell [s.d.], *Annuaire Lovell de Montréal et de sa banlieue (1842-1899)*. En ligne (consulté en février 2014): <<http://bibnum2.banq.qc.ca/bna/lovell/>>.

L'année suivante, Lajoie est maintenant *accountant*, et il habite au 34, rue Saint-Hubert. Durant la décennie 1870-1880, il occupera les fonctions de syndic de faillite, d'agent pour la compagnie QUEEN INSURANCE et de comptable. Il s'associe avec d'autres professionnels (Beausoleil, Perrault et Seath), et ils occuperont des bureaux sur la rue Saint-Jacques. Au cours de l'année 1880 ou 1881, Lajoie s'associe avec Lavigne et devient copropriétaire du commerce LAVIGNE & LAJOIE sur la rue Notre-Dame.

Les circonstances entourant la rencontre et l'association avec Lavigne ne sont toujours pas établies. Il est pensable de croire que par ses activités dans le domaine de la comptabilité, Lajoie aurait pu avoir comme relation d'affaires Lavigne, mais tout cela reste encore à démontrer. Louis-Joseph Lajoie décède en 1913 à l'âge de 71 ans.

3.3.2 - Ernest Lavigne (1851-1909) : « L'homme-orchestre du parc Sohmer »¹³⁰



Figure 3.2-Entrée du PARC SOHMER rue Notre-Dame

¹³⁰ Andrée-Hélène Bizier, « L'homme orchestre du parc Sohmer », *La Presse*, vol. 17, n° 6, 15 avril 1992, p. 71.

Il est impossible de dissocier le PARC SOHMER (*Figure 3.2*) d'Ernest Lavigne. Il est un des fondateurs, l'idéateur et surtout la vedette principale pendant deux décennies, en fait jusqu'au moment de son décès en 1909:

Ernest Lavigne est une star. Un artiste populaire dont on aime l'allure. Grand, mince, les traits fins, le visage encadré d'une chevelure lourde et blanche, le corps toujours bien pris dans un costume gris fermé sur une chemise éclatante, c'est l'un des plus beaux spécimens masculins de la ville. Brillant, astucieux organisé, intuitif[...].¹³¹

Nous en savons beaucoup plus sur le parcours de Lavigne que sur celui de son associé. Le père d'Ernest, Moïse Lavigne est boucher de son état. Il épouse Flore David avec laquelle il eut trois fils. Ernest est le second enfant d'une fratrie de trois frères. Tout comme lui, ses frères se sont passionnés pour la musique malgré « la ferme opposition du père au talent musical de ses fils »¹³². Peut-être poussé par les rebuffades de son père et sa passion pour la musique, Ernest « quitte le Canada en 1868 avec le 4^e détachement des zouaves pontificaux »¹³³. C'est au sein de cette formation qu'il développera son talent pour le cornet. Globe-trotter musicien, il parcourra l'Europe de 1870 à 1873. Il visitera l'Italie, l'Espagne, le Portugal, la France, ira en Angleterre pour se diriger par la suite au Danemark et en Norvège.¹³⁴

Lors de son séjour en Italie à Rome, sa virtuosité comme cornettiste lui permet de vivre de son talent. Il donne des concerts pour la haute société romaine : « il est invité lors des soirées données chez la duchesse Salviati et la princesse Altieri »¹³⁵.

¹³¹ Andrée-Hélène Bizier, *loc. cit.*, p. 71.

¹³² Lucien Poirier, « Lavigne, Ernest », *Dictionnaire biographique du Canada*, 1994. En ligne (consulté en février 2014): <http://www.biographi.ca/fr/bio/lavigne_ernest_13F.html>.

¹³³ Tancred Trudel, « Biographies - Ernest Lavigne », *Le Canada artistique*, vol I, n° 1, janvier 1890, p. 18.

¹³⁴ Lucien Poirier, *loc. cit.*, p. 1.

¹³⁵ *Ibid.*

Par la suite, il s'embarque pour les États-Unis où « il joue comme soliste à New York et dirige vraisemblablement des fanfares à Philadelphie et Boston »¹³⁶.

De retour des États-Unis en 1874, il arrive à Québec et s'installe chez son frère Jean-Moïse-Arthur qui exploite un commerce de musique.¹³⁷ C'est probablement lors de ce séjour que Lavigne sera initié au commerce des instruments de musique. De plus, pendant son séjour chez son frère, « il organisa des concerts à Québec et dans les villes environnantes »¹³⁸. Nous présumons que c'est au cours de l'un de ces concerts qu'il fera la rencontre à L'Islet¹³⁹ de sa future épouse Louise Pouliot.

Peu après leur mariage, le couple part pour les États-Unis pour aller à Philadelphie. Lavigne sera de retour à Montréal en 1877. Il ouvrira son magasin de musique sur la rue Notre-Dame. Son association avec Louis-Joseph Lajoie débute en 1880 lorsque ce dernier devient associé dans le commerce. Lajoie, en plus de lui apporter un apport financier et un appui professionnel, lui procure aussi une plus grande liberté dans l'utilisation de son temps. Ne pouvant refréner sa passion pour les concerts publics, Lavigne met sur pied la *Musique de la cité* en 1882, avec la *Bande de la cité*. Cet orchestre deviendra extrêmement populaire, et « cette formation aux accents militaires s'exécute au square Viger dont elle anime, jusqu'en 1888, les derniers beaux dimanches »¹⁴⁰.

Les associés du commerce de musique ont constaté l'attrait du public pour ce genre de distraction: « L'extraordinaire succès qu'il obtenait donna à Ernest l'idée de trouver un endroit à Montréal où, pendant la saison estivale, des concerts quotidiens, de jour et

¹³⁶ Yvan Lamonde et Raymond Montpetit, *op. cit.*, p. 44.

¹³⁷ Tancrede Trudel, *loc. cit.*, p. 18.

¹³⁸ *Ibid.*

¹³⁹ L'Islet est un petit village sur la rive sud du Saint-Laurent près de Québec.

¹⁴⁰ Andrée-Hélène Bizier, *loc. cit.*

de soir, pourraient être offerts au public»¹⁴¹. Depuis la disparition du JARDIN GUILBAULT en 1869, il n'existait plus à Montréal de lieu de détente, de verdure et de divertissement populaire de ce genre. Le fruit était mûr, « L'idée de ressusciter le jardin Guilbault fut étudiée sur tous ses aspects et après tergiversations on résolut de risquer la location de l'immeuble historique, angle des rues Notre-Dame et Panet »¹⁴².

Le 1er juin 1889, la *Bande de la cité* délaisse le bénévolat en quittant le jardin Viger pour s'installer dans le nouveau PARC SOHMER. Ainsi, l'union de la musique avec Ernest Lavigne et la fibre du commerce de Louis-Joseph Lajoie s'inscrivent dans le « capitalisme commercial [qui] rejoint vers 1880 à Montréal le secteur de la culture et du divertissement et l'occupe au même titre qu'un autre service »¹⁴³. La commercialisation systématique du loisir, du divertissement et de la culture est en marche.

Ce bref portrait d'Ernest Lavigne serait incomplet et injuste si nous n'abordions pas sa carrière de compositeur qui, parallèlement à ses activités de directeur du PARC SOHMER, a grandement contribué à la réputation et à la renommée de ce dernier. Mélodiste talentueux s'inspirant de poètes français pour s'adonner « à la romance sentimentale »¹⁴⁴ à l'exemple de cette valse chantée intitulée *Le pays des rêves*¹⁴⁵ :

Veux-tu qu'au beau pays des Rêves
Nous allions la main dans la main?
Plus loin que l'odeur des jasmins,
Plus haut que la plainte des grèves...

Selon Lucien Poirier qui fut directeur de l'*École de musique de l'Université Laval*, Lavigne « occupe une place à part dans l'histoire de la musique canadienne. [...] Le

¹⁴¹ Édouard-Zotique Massicotte, « Brève histoire du Parc Sohmer », *Les Cahiers des Dix*, n° 11, 1946, p. 99.

¹⁴² *Ibid.*, p. 100.

¹⁴³ Y van Lamonde et Raymond Montpetit, *op. cit.*, p. 41.

¹⁴⁴ Lucien Poirier, *loc. cit.*

¹⁴⁵ D'après une poésie d'Armand Sylvestre.

choix des poètes, surtout français, manifeste l'élévation de son goût. Toute l'attention est portée au chant dont la ligne est sobre, mais néanmoins hautement mélodique et respectueuse de la prosodie »¹⁴⁶. Les nombreuses recherches que nous avons menées dans les journaux de l'époque nous ont permis de lire un grand nombre de comptes rendus et de commentaires sur les prestations et les compositions de Lavigne, lesquels sont unanimes sur ses qualités de cornettiste et de chef d'orchestre.

Il a connu la gloire et la renommée de son vivant, et « La plupart des contemporains de Lavigne ont su voir, au-delà du parc d'amusement qu'il avait créé, une école populaire qui a formé l'oreille et le goût de toute une population. [...] On dit de Lavigne qu'il a créé le premier véritable orchestre symphonique »¹⁴⁷. Lavigne fut apprécié et estimé par tous les musiciens et les artistes qu'ils l'ont côtoyé, et le convoi funèbre qui l'accompagna lors de son enterrement était composé de plusieurs milliers de Montréalais: « Jamais on n'avait vu une affluence aussi considérable aux funérailles d'un artiste. Le cortège funèbre était précédé des musiciens du Parc Sohmer auxquels s'étaient joints plus de 125 instrumentistes »¹⁴⁸. Le vide qu'il laissa dans le cœur des Montréalais est à la hauteur des besoins de divertissements qu'il combla pour une classe moyenne dans un quartier industriel où les loisirs et les lieux de détente faisaient cruellement défaut.

¹⁴⁶ Lucien Poirier, *loc. cit.*

¹⁴⁷ Andrée-Hélène Bizier, *loc. cit.*

¹⁴⁸ Édouard-Zotique Massicotte, *op. cit.*, p. 114-115.

3.3 - La commercialisation : « Rien n'était trop cher au prix d'un après-midi passé au parc Sohmer »¹⁴⁹

3.3.1- L'emplacement (*Figure 3.3*)

Le quartier où fut installé le PARC SOHMER se nomme Sainte-Marie, « appellation qui s'inspire du nom du courant du fleuve passant à cet endroit. Durant le 19^e siècle, Sainte-Marie, connu sous le nom de "faubourg à mélasse" était le bastion industriel des ouvriers canadiens français de la Ville de Montréal »¹⁵⁰. Au tournant du XX^e siècle, la population est majoritairement francophone et catholique, et les chefs de famille sont des ouvriers de la production et plus particulièrement : « [...] ce sont surtout des journaliers et des cordonniers; puis des commerçants et des industriels (14 %), des employés de commerce et de services (9 %) tels les commis, les bouchers et les charretiers »¹⁵¹.

Une fois la décision prise de créer un parc privé de divertissement, il ne restait qu'à trouver l'emplacement idéal pour ce type d'entreprise. Les promoteurs ont peut-être songé à reprendre l'emplacement du JARDIN GUILBAULT lorsque ce dernier était situé au nord de la rue Sherbrooke entre les rues Saint-Laurent et Saint-Urbain. Depuis que Joseph-Édouard Guilbault a vendu son jardin en 1869, l'immeuble a fait l'objet de lotissement. Les terrains de l'ancienne ferme Logan, aujourd'hui le parc La Fontaine, ont peut-être été considérés, mais ils étaient réservés à l'usage de la Ville de Montréal, et par conséquent impropre au projet de Lavigne et Lajoie.

¹⁴⁹ Victor Barbeau, *op. cit.*, p. 22.

¹⁵⁰ Arrondissement Sainte-Marie, « Portrait du quartier Sainte-Marie », dans *Ville de Montréal*, En ligne (consulté en janvier 2014):
<http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?pageid=731779973610&_dad=portal&_schema=PORTAL>

¹⁵¹ Lamonde et Montpetit, *op. cit.*, p. 40.

Un survol de la cartographie¹⁵² datant de la dernière décennie du XIXe siècle montre que les grands espaces vacants offrant les critères spécifiques recherchés par les investisseurs sont peu nombreux, voire rarissimes dans l'espace urbain près du jardin Viger où l'orchestre de Lavigne connaît tant de succès. Le seul espace encore disponible est formé par le quadrilatère formé par les rues Notre-Dame au nord, Water au sud (aujourd'hui inexistante), de Salaberry à l'est et Panet à l'ouest. Les installations de la BRASSERIE MOLSON occupent maintenant cet espace.

Afin de comprendre comment cet espace de verdure en plein cœur d'un quartier urbain densément peuplé et en pleine croissance industrielle a pu demeurer intact, il est nécessaire d'en reconstituer brièvement l'histoire. Édouard-Zotique Massicotte a réussi à retrouver le premier propriétaire en 1672 de cet emplacement de 60 arpents¹⁵³ : « [...] ancien soldat-boulangier André Charly dit Saint-Ange, et pour laquelle on exigea du concessionnaire qu'un liard (le ¼ d'un sou) par arpent, en considération de ses bons et agréables services »¹⁵⁴.

Par la suite, les habitants des environs ont désigné l'endroit comme le « verger Saint-Ange »¹⁵⁵. Plusieurs propriétaires se sont succédé au fil des siècles, notamment le juge Pierre-Louis Panet (1761-1812): « Le 18 octobre 1796, il acheta une vaste propriété dans le faubourg Québec, à Montréal, le long d'une rue qui porte aujourd'hui son nom »¹⁵⁶. Au XIXe siècle, la propriété passe aux mains du juge Reid qui la cédera à l'avocat Hugh Taylor (son gendre) qui finira lui-même par louer et vendre le terrain au tandem Lavigne-Lajoie.

¹⁵² Bibliothèque et Archives nationales du Québec, Collections [s.d.], Collection numérique, Cartes et plans, *Chas. E. Goad*, Atlas of the City of Montreal, 1890. En ligne (consulté en janvier 2014): <<http://services.banq.qc.ca/sdx/cep/document.xsp?id=0000174398>>

¹⁵³ Un arpent équivaut à environ 192 pieds anglais.

¹⁵⁴ Édouard-Zotique Massicotte, *loc. cit.*, p. 98.

¹⁵⁵ *Ibid.*

¹⁵⁶ André Morel, « Pierre-Louis Panet », *Dictionnaire biographique du Canada*, 1983. En ligne (consulté en février 2014): <http://www.biographi.ca/fr/bio/panet_pierre_louis_1761_1812_5F.html>

Le lot voisin immédiat était la propriété de la célèbre famille John Molson. Massicotte nous rappelle : « Ainsi, en cette localité, vers 1830, on notait que les demeures Molson et Reid entourées de jardins comptaient parmi les plus luxueuses de Montréal »¹⁵⁷. Massicotte se remémore l'endroit comme « un emplacement assez vaste, une partie était complantée d'arbres et d'arbustes qui entouraient une maison de style coloniale. Le choix était judicieux, d'accès facile à la population, le parc était sis dans un quartier tranquille. Au sud de l'emplacement une terrasse donnait vue sur le fleuve [...] les élévateurs n'avaient pas encore fait leur apparition »¹⁵⁸. Malgré une succession de propriétaires, c'est la fortune des acquéreurs qui aura permis de conserver le PARC SOHMER dans son état et ce, pour le plus grand bonheur de sa clientèle.

Légalement, selon *l'acte d'incorporation* du 14 novembre 1891, le PARC SOHMER se nomme le JARDIN ZOOLOGIQUE DE MONTRÉAL. La lecture de l'acte est édifiante puisque les objectifs visés par les requérants sont clairement énoncés. Les trois premiers paragraphes déterminent ce que les expositions présenteront, et les ambitions sont énormes :

- « • D'exposer **toutes et chacunes**¹⁵⁹ des variétés, choses et êtres trouvés dans le règne animal et végétal, ainsi que toutes espèces et variétés d'animaux.
- D'exposer des effets, produits, valeurs, marchandises, machineries, inventions et améliorations mécaniques, **de toute nature**, description et variété quelconque.
- D'exposer des œuvres de peinture et de sculpture **de toute nature et espèces quelconques.** »¹⁶⁰

¹⁵⁷ Édouard-Zotique Massicotte, *loc. cit.*, p. 98.

¹⁵⁸ *Ibid.* p. 100.

¹⁵⁹ Le soulignement en caractère gras est de l'auteur.

Le programme est très vaste. Les articles suivants décrivent le type de manèges « pour instruire et amuser », par exemple: des « carrousels électriques, manèges de chevaux de bois (*merry go round*) »¹⁶¹. Ce ne sera qu'au cinquième article qu'apparaîtra le programme musical incluant des pièces de théâtre et également des exhibitions d'athlétisme et scientifiques. Quant aux trois derniers articles de cet acte, il énumère le volet commercial dans ses moindres détails.

Le libellé de l'article est fascinant pour ce qui a trait aux produits comestibles, boissons et tabacs qui seront vendus sur le site et qui peuvent « contribuer aux amusements populaires et instructifs »¹⁶². Il est maintenant clairement établi que la culture et les divertissements ne peuvent plus être dissociés et qu'ainsi, tout est monnayable. Le dernier article stipule que les requérants exigeront dorénavant « des droits ou prix d'entrée » qui « seront de nature à remplir le **but** que se propose la **compagnie** »¹⁶³ (nous soulignons en caractères gras), c'est-à-dire le profit.

3.3.2 - Les installations

Initialement, les équipements sont somme toute rudimentaires :

Au premier temps du Parc, la principale attraction devait être l'orchestre. Il était installé sur une estrade à plusieurs rangées superposées, en sorte que les musiciens faisaient face au public. Au bas le chef de musique exerçait la direction. Les spectateurs prenaient place autour de petites tables, sous les arbustes. Dans les intermèdes, le public se rendait au zoo ou sur la terrasse, dans l'ancienne demeure des Panet dont la partie est occupée par un bar.¹⁶⁴

¹⁶⁰ *Gazette officielle de Québec*, 14 novembre 1891, p. 2540.

¹⁶¹ *Ibid.*

¹⁶² *Ibid.*

¹⁶³ *Ibid.*

¹⁶⁴ Édouard-Zotique Massicotte, *loc. cit.*, p. 100.

Les souvenirs de Massicotte¹⁶⁵ sont tout de même précis, sauf que certaines installations sont apparues quelque temps plus tard dans l'histoire du PARC SOHMER. Toutefois, Massicotte est conscient que parfois, la mémoire déforme et contracte l'espace-temps. Ainsi, dès les premières lignes de son article, Massicotte nous met en garde: « Conséquemment, dans les pages suivantes, on ne trouvera que des fragments d'histoire, que des souvenirs fugaces [...] »¹⁶⁶. Il est intéressant également de s'attarder à la description des lieux par un autre témoignage, celui de Victor Barbeau¹⁶⁷ :

Comment définir si haut lieu de l'histoire? Même s'il n'a jamais porté le nom, c'était un café-concert. [...] il comprenait une longue terrasse en bordure du fleuve, une modeste ménagerie, un orgue mécanique blanc et or que l'on disait unique de son espèce un bar et, dominant le tout de sa masse, un immense hangar, dirai-je faute de mieux, au toit arrondi selon ce que l'on devait construire plus tard pour loger les dirigeables. Les deux côtés de la salle étaient ouverts et ne se fermaient qu'en cas de pluie au moyen de toiles. D'un bout à l'autre, des milliers de chaises, non pas de fauteuils et, au fond, une scène assez vaste pour y faire évoluer un troupeau d'éléphants et sans autre ornement pour l'encadrer que deux pans de murs couverts d'affiches publicitaires.¹⁶⁸

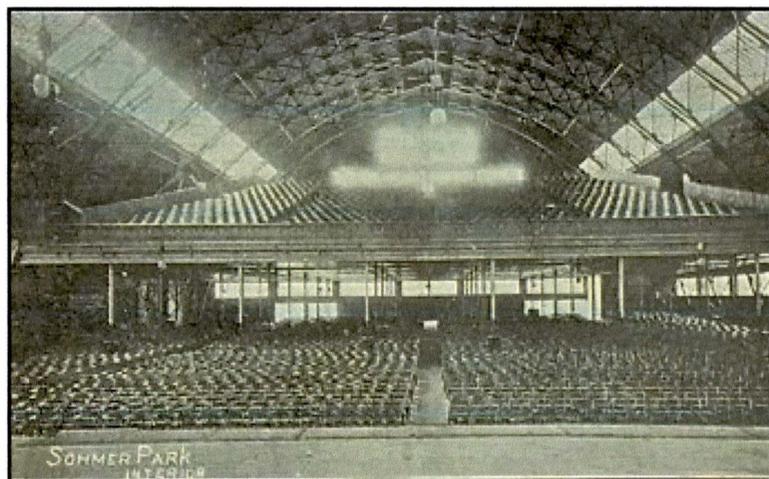


Figure 3.3 - Intérieur du pavillon de musique du PARC SOHMER

¹⁶⁵ Massicotte, Édouard-Zotique (1867-1947), chef des archives du *Palais de justice de Montréal*, journaliste et historien.

¹⁶⁶ Édouard-Zotique Massicotte, *loc. cit.*, p. 97.

¹⁶⁷ Barbeau, Victor (1896-1944), écrivain et journaliste.

¹⁶⁸ Victor Barbeau, *loc. cit.*, p. 21.

L'élément significatif dans cette description, outre la description du pavillon de musique (*Figure 3.3*), ce sont les « milliers de chaises » qui ont frappé le témoin. En effet, il est évident que la direction du PARC SOHMER nourrissait de grandes espérances quant au nombre de spectateurs qui se déplaceraient pour écouter les concerts. Il semble que le nombre de spectateurs oscillait probablement aux alentours de 8 000 personnes dont près de 5 000 pouvaient prendre place sur des « chaises de cuisine »¹⁶⁹. Fixé à 10 sous, le prix d'entrée oblige donc que l'achalandage soit assez élevé pour rentabiliser les investissements et dégager des profits pour les actionnaires.

L'annonce de la construction du pavillon de musique fut l'objet d'une campagne de presse de grande envergure. La direction a fait preuve d'avant-gardisme en envoyant un « communiqué de presse » à tous les grands journaux de Montréal durant la première semaine de décembre 1890.

Le communiqué mentionne les dimensions détaillées et les spécificités : « [...] l'ossature sera en acier et à forme cintrée. Cette construction sera de 120 pieds de large sur 175 pieds de long et 60 pieds de hauteur »¹⁷⁰. Lors de l'achèvement de la structure d'acier du pavillon en mars 1891, la direction profite de cette occasion pour organiser « une réception pour récompenser les bons ouvriers sans omettre les journalistes »¹⁷¹. Ces derniers s'empressent de dresser un compte rendu de l'événement où encore une fois, les spécificités spectaculaires de la construction sont mises en évidence. On mentionne le nom des fournisseurs, du couvreur, du vitrier et de la firme d'architecte.¹⁷²

¹⁶⁹ Lamonde et Montpetit, *op. cit.*, p. 64.

¹⁷⁰ Lamonde et Montpetit, *op. cit.*, p. 63, dans *Le Monde*, 26 décembre 1890, p. 4.

¹⁷¹ *Ibid.* p. 63.

¹⁷² Lamonde et Montpetit, *op. cit.*, p. 64, dans *Le Monde*, 25 mars 1891, p. 4.

Nous sommes ici devant l'élaboration d'un plan d'affaires réfléchi, efficace et mené rondement. Tout est mis en place pour créer de toutes pièces un événement, marquer l'imaginaire des lecteurs, piquer la curiosité, et surtout attirer le plus le grand nombre de visiteurs : la stratégie marketing !

3.3.3 - Des pionniers de la stratégie marketing

La popularité du PARC SOHMER est un fait historique indéniable. Pour appuyer notre assertion, relatons cet article paru en août 1897 dans l'hebdomadaire *Le Samedi* : « La semaine dernière a été marquée par un succès sans précédent et le Jubilé Musical des musiciens et employés du Parc, a attiré en un seul jour, vingt-deux mille personnes dans l'enceinte du jardin favori des Montréalais »¹⁷³. Les commentateurs de l'époque sont unanimes sur le grand nombre de personnes qui fréquentaient le PARC SOHMER lors de grands événements.

Le coup d'envoi de la stratégie marketing pourrait avoir eu lieu au mois de mai 1891 avec un événement-bénéfice au profit de l'HÔPITAL NOTRE-DAME. Les profits sont versés à l'organisme bénéficiaire tout en étant largement publicisés par la presse locale. Le PARC SOHMER a soutenu plusieurs événements de ce genre au cours de son existence. L'association avec une œuvre de bienfaisance ou de charité est aussi une opération commerciale. Cette philanthropie n'est pas totalement désintéressée. Elle sert, entre autres, de cautionnement auprès d'un clergé ultramontain pour qui les distractions sont sources de tentations innommables et « entraîne une habile et efficace stratégie de sécularisation »¹⁷⁴.

¹⁷³ *Le Samedi*, vol. 9, n° 13, 28 août 1897, p. 19.

¹⁷⁴ Lamonde et Montpetit, *op. cit.*, p. 186.

Les corporations, associations professionnelles et corps de métiers profitent des facilités mises à leur disposition pour tenir leur fête annuelle sur les terrains du PARC SOHMER. La direction du parc se prête volontiers à ce genre d'exercice en organisant des programmations spéciales pour ces fêtes qui plaisent aux célébrants tout en attirant un surplus de clients désirant joindre les festivités. La vaste majorité de la clientèle du PARC SOHMER est issue de ces corps de métiers et sa direction vise particulièrement ce type de clientèle. La notoriété du PARC SOHMER est telle que celui-ci devient un lieu incontournable pour la tenue de célébrations de toutes sortes: « Les grandes sociétés ont pris l'habitude de célébrer leurs fêtes anniversaires ou autres dans cet endroit, et il n'y a plus aujourd'hui de solennité complète qui ne se termine par une soirée au Parc Sohmer¹⁷⁵ ».

3.4 - La culture au Parc Sohmer : « La médiocrité et le vulgaire ne s'y glissaient jamais »¹⁷⁶

En dépit du fait que le PARC SOHMER était implanté dans un quartier ouvrier et peu scolarisé, Lavigne proposait tout de même de la « grande musique » et le public peu averti exprima d'abord son désarroi devant les « ennuyanteries » signées Verdi, Strauss ou Mozart. Mais bientôt, « entre une ascension en ballon et un examen du veau à deux têtes, hommes, femmes et enfants aspirent à prendre place au parterre, parmi les gens de la bonne société »¹⁷⁷. L'examen des événements mis à l'affiche durant les trente années d'existence du PARC SOHMER permet d'affirmer que « la musique et le chant "sérieux" demeurent au programme durant toute l'existence du parc [...] »¹⁷⁸ et ce, même après les décès des fondateurs, perpétuant ainsi l'idée originale de Lavigne.

¹⁷⁵ *Canada-Revue*, vol. 3, n° 17, 15 octobre 1892, p. 270.

¹⁷⁶ Victor Barbeau, *La tentation du passé*, La Presse, 1977, p. 21-22.

¹⁷⁷ Andrée-Hélène, Bizier, *loc. cit.*

¹⁷⁸ Yvan Lamonde et Raymond Montpetit, *loc. cit.*, p. 111.

Il semblerait que dès les premières semaines d'activités, le PARC SOHMER aurait pu offrir des divertissements populaires, mais « ce qui a été refusé tout de suite par M. Lavigne, qui veut éviter tout tapage et en faire une place tout-à-fait tranquille [...] »¹⁷⁹ et offrir également de la musique, que de la bonne musique. Le PARC SOHMER s'est placé dans un contexte concurrentiel en exigeant un prix d'entrée pour assister aux concerts en sachant très bien que les Montréalais pouvaient entendre gratuitement de la musique dans différents parcs.

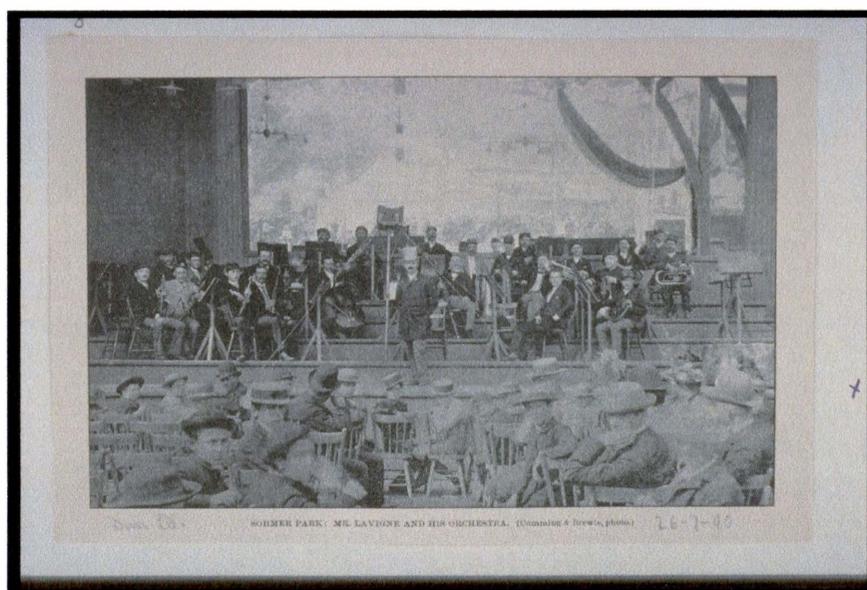


Figure 3.4-L'orchestre du PARC SOHMER rue Notre-Dame.
On remarque les chaises au parterre

De plus, l'orchestre de Lavigne (*Figure 3.4*), en raison de la démarche commerciale qui vise la rentabilité, devait se démarquer des « autres fanfares » par la qualité d'exécution et par son répertoire. Le nombre de musiciens qui composaient l'orchestre variait, mais il était généralement composé d'une trentaine de membres. Mais parfois, le nombre de musiciens pouvait atteindre la cinquantaine, par exemple lors de l'ouverture du PARC où la « Bande de la Cité accueillit plus de vingt musiciens étrangers

¹⁷⁹ *La Patrie*, 11e année, n° 80, p. 4.

en provenance de l'Europe »¹⁸⁰. Les amateurs n'étaient pas en présence d'un orchestre symphonique au sens où nous l'entendons communément, mais plutôt d'un...

[...] orchestre de conservatoire et compte avec son chef quarante-quatre musiciens huit premiers violons, six seconds violons, quatre violas, trois violoncelles, trois contrebasses, deux flûtes, deux clarinettes, deux hautbois, deux bassons, deux cornets à pistons, deux cors, trois trombones, un euphonium, un timbalier, une caisse roulante et une grosse caisse¹⁸¹.

Ernest Lavigne visait tous les publics et lors des représentations, il « composait ses programmes de façon à satisfaire tous les goûts »¹⁸². On pouvait y entendre tout autant les marches militaires de Sousa que les valse de Strauss.

Un regard sur le programme du 19 juin 1889¹⁸³ nous renseigne sur l'étendue du répertoire de la *Bande de la cité* : on y jouait du Verdi, du Gounod et du Rossini, pour ne nommer que les plus connus. L'orchestre était souvent accompagné par un soliste renommé, comme le cornettiste Liberati¹⁸⁴ qui, déjà en 1887, accompagnait Lavigne dans ses concerts dans les parcs de Montréal.

Tout comme la culture, même la religion est prétexte à une certaine commercialisation avec les concerts tenus sous les auspices de différentes associations. Les fêtes religieuses étaient aussi l'occasion pour organiser de grands événements, comme celui du jour de Pâques 1894. Sous les auspices de la Société Saint-Joseph, le PARC SOHMER annonce un grand concert où « Nos meilleurs artistes canadiens y prendront part [...] On dit même que Mme Roberti doit venir de New York pour cette fête »¹⁸⁵. Le PARC SOHMER présentera également de grands artistes lyriques, populairement appelés chanteurs à voix, interprétant des airs d'opéra. Une

¹⁸⁰ Yvan Lamonde et Raymond Montpetit, *loc. cit.*, p. 115.

¹⁸¹ *Ibid.*

¹⁸² Édouard-Zotique Massicotte, *loc. cit.*, p. 105.

¹⁸³ *La Patrie*, 11e année, n° 87, p. 4.

¹⁸⁴ *Le Violon*, vol. 1, n° 48, 20 août 1887.

¹⁸⁵ *Le Monde illustré*, 10e année, n° 516, 24 mars 1894, p. 557.

des plus célèbres cantatrices de l'époque, Emma Albani (née Emma Lajeunesse) s'est produite au PARC SOHMER. Cette cantatrice déjà célèbre en 1883 :

Le passage de Mme Albani à Montréal laissera dans l'esprit de chacun de nous un souvenir ineffaçable. On se rappellera toujours que c'est au mois de mars de cette année qu'il nous a été donné d'applaudir et d'acclamer, nous ne dirons pas la plus grande chanteuse du monde, mais une des plus grandes artistes lyriques.¹⁸⁶

En 1896, le PARC SOHMER accueille Madame Albani et les chroniqueurs de l'époque rapporte sa présence en ces termes : « L'événement musical du mois, est sans contredit, le concert du 7 courant, notre compatriote, doit chanter. Devant l'immense renommée de la grande cantatrice, notre appréciation serait bien pâle et tomberait à plat »¹⁸⁷. Lavigne et Lajoie se rendaient fréquemment à New York pour assister à des spectacles afin d'être au fait des nouveautés et d'engager les artistes en vogue du moment.

Fidèle à sa démarche de plaire à tous les publics, le PARC SOHMER met au programme des événements « moins sérieux », mais susceptibles d'attirer une plus large clientèle. C'est le cas avec :

M. et Mme. [sic] Bérat, les grands duettistes de l'Opéra Comique de Paris, actuellement à New-York [sic], ont été engagés à grands frais pour chanter à la soirée des Forestiers qui aura lieu lundi le 26 décembre au l'arc [sic] Sohmer; ces 2 artistes sont incomparables, les journaux de New-York [sic] en ont des colonnes entières sur leur compte et s'accordent à dire que ce sont les meilleurs artistes français qui soient venus en Amérique.¹⁸⁸

Les grands ténors n'étaient pas en reste et la notoriété du PARC SOHMER y était pour quelque chose. Le baryton de réputation internationale Victor Occellier qui a ouvert la saison du PARC SOHMER en 1897 a probablement signé une entente d'exclusivité avec la direction puisque « C'est par une permission spéciale de MM. Lavigne et

¹⁸⁶ *L'Album musical*, vol. 2, n° 4, avril 1883.

¹⁸⁷ Sir E. Lacy, *Le Passe-temps*, vol. II, n° 45, 5 décembre 1896.

¹⁸⁸ *Canada-revue*, vol. 3, n° 27, 24 décembre 1892, p. 424.

Lajoie que M. Occellier se fera entendre à la représentation dont nous parlons»¹⁸⁹, c'est-à-dire au MONUMENT-NATIONAL le 22 mai 1900. Il semblerait que cette manière de faire, c'est-à-dire le fait d'avoir l'exclusivité était une tactique commerciale permettant de publiciser une attraction du PARC SOHMER tout en démontrant la bonne volonté de la direction en ne privant pas le public montréalais d'un tel divertissement.¹⁹⁰

Outre ce que jouait l'orchestre attiré du parc, les Montréalais pouvaient entendre un autre type de musique, notamment avec un groupe de musiciens tziganes. En effet, à l'été 1899 et durant toute la saison estivale, un orchestre tzigane ou hongrois s'y produisait. À cette époque, il n'était pas rare d'associer les ressortissants d'Europe de l'Est aux romanichels sans démontrer quelque trace que ce soit de xénophobie ou de racisme, mais parfois en entretenant des préjugés tout en reconnaissant la qualité de cet ensemble :

Les Tziganes - ou hongrois - naissent musiciens et exécutants. Les difficultés de l'interprétation conventionnelle ne les arrêtent point, parce qu'ils ne les connaissent même pas. Ils expriment ce qu'ils sentent, sans se soucier du métronome. [...] Pourquoi? Parce que ses hommes, artistes inconscients, naturels et naïfs, expriment les sensations qu'ils perçoivent sans se préoccuper des combinaisons savantes ou compliquées du compositeur. [...] Cette façon d'interpréter des œuvres familières à nos oreilles nous déroutent, mais ne nous choque nullement. [...] on peut se rendre au parc Sohmer tous les soirs, et subir le charme de leur musique étrange tout en humant l'air vivifiant du fleuve¹⁹¹.

En 1900, l'orchestre des Tziganes¹⁹² change de nom pour celui de l'orchestre Rocco et assurera l'ambiance sonore durant les intermissions et après les spectacles programmés, et ce, jusqu'à minuit.¹⁹³

¹⁸⁹ *La Petite revue*, vol. 2, n° 9, 5 mai 1900, p. 143.

¹⁹⁰ Le dépouillement des journaux nous a permis de relever cette particularité de fonctionnement.

¹⁹¹ Picolet, « Les Tziganes au parc Sohmer », *Le Réveil*, vol. 10, n° 224, 1er juillet 1899.

¹⁹² Nous devons faire ici une distinction entre l'orchestre cité dans l'article du 1er juillet 1899 dans *Le Réveil* et celui dont il est question dans la monographie de Lamonde et Montpetit. Il est peu probable que les musiciens dont il est question dans cet article aient intégré la *Bande de la cité*,

La construction du pavillon de musique en 1891 permettra à l'organisation du PARC SOHMER de faire venir des orchestres réputés, entre autres celui de Théodore Thomas qui a permis de voir et d'entendre d'illustres chanteurs comme le ténor Campanini et la soprano Mademoiselle Fleming.¹⁹⁴ Le pavillon de musique, initialement, était prévu aussi pour accueillir une autre activité culturelle : le théâtre.

Les promoteurs du parc Lavigne et Lajoie avaient un projet ambitieux au moment de la construction de pavillon. Ils voulaient monter des pièces de théâtre de différents genres : « Par exemple, un soir, le grand opéra *Salambo [sic]*, le lendemain, l'opéra comique : *La fille du régiment*, le surlendemain, l'opéra bouffe : *La Mascotte*, et ainsi de suite [...] »¹⁹⁵. Ces pièces seraient jouées par une troupe de comédiens permanents. Les directeurs projetaient « d'avoir à l'instar de la Nouvelle-Orléans une troupe régulière et permanente qui ferait apprécier les opéras comiques et les opéras bouffes »¹⁹⁶.

Somme toute utopique, ce projet nécessitait un investissement énorme pour l'époque : plus de 100 000 \$ à la fin du XIXe siècle. Afin d'assurer le financement, la direction fit paraître une circulaire qui décrivait la programmation : « 47 grands opéras et opéras comiques, ainsi que les principales opérettes d'Audran, Offenbach, Lecoq, Planquette, etc »¹⁹⁷. Les prix d'entrée envisagés étaient tout de même abordables : entre vingt-cinq cents et un dollar ; par contre, les souscripteurs devaient acheter pour 25 \$ de billets à l'avance. Mais par manque d'enthousiasme du public, le projet n'a pas abouti. Et Massicotte de conclure : « Sans doute, l'excellent monsieur Lavigne

notamment en raison de la façon dont ils interprétaient les compositions et qu'en plus, ils ne parlaient ni français ni anglais.

¹⁹³ Yvan Lamonde et Raymond Montpetit, *Loc. cit.*, p. 117.

¹⁹⁴ Yvan Lamonde et Raymond Montpetit, *Loc. cit.*, p. 119.

¹⁹⁵ Édouard-Zotique Massicotte, *loc. cit.*, p. 104.

¹⁹⁶ *Ibid.*

¹⁹⁷ *Ibid.*

ainsi que son conseiller Louis Vêrande, éprouvèrent un vif chagrin de cet échec. Si l'on avait réussi, Montréal serait devenu un centre artistique [...] »¹⁹⁸ Mm de rentabiliser la saison froide où les amateurs de culture semblaient déserté quelque peu le parc au tournant du XXe siècle, les combats de lutte prirent l'affiche de plus en plus fréquemment et ils semblaient être appréciés des Montréalais.

3.5 - L'exotisme et le divertissement au Parc Sohmer:

« Ce n'est plus seulement l'intérêt des attractions qui charme et qui surprend le public, c'est aussi leur variété »¹⁹⁹

Les premières activités du parc étaient axées sur la musique avec la *Bande de la cité* telle que décrite dans les pages précédentes. Les propriétaires voulant nécessairement attirer un plus grand nombre de visiteurs et probablement aussi pour se démarquer de la concurrence, ils diversifièrent la programmation. Il faut se rappeler que le PARC SOHMER n'était pas sans avoir de sérieux concurrents dans le domaine du divertissement et des loisirs populaires.



Figure 3.5 - La promenade du PARC SOHMER le long du fleuve Saint-Laurent

¹⁹⁸ Édouard-Zotique Massicotte, *loc. cit.* p. 195.

¹⁹⁹ Pierrot, « Au parc Sohmer », *Le Réveil*, vol. 4, n° 93, 11 juillet 1893.

La direction a su miser sur des avantages majeurs que les concurrents ne pouvaient égarer : l'étendue du site et la proximité du fleuve (*Figure 3.5*). Dès les premières semaines après l'ouverture du PARC SOHMER, la direction est consciente de la concurrence de la « célèbre bande de Gilmore et ses chanteurs distingués »²⁰⁰, du CYCLORAMA et du vaudeville présenté au Théâtre Royal. Nous avons retrouvé une première publicité dans *La Patrie* du mois de juin 1889 où le parc tente de se démarquer en annonçant les concerts, mais avec des "artistes européens que M. Lavigne à fait venir" »²⁰¹. Au fil des semaines de la première saison estivale, des attractions diverses et spectaculaires viendront se greffer à la programmation musicale. Durant la semaine du 23 juillet 1889, les visiteurs pouvaient entendre, Mademoiselle Nobel Stillman, « la célèbre siffleuse qui effectuait deux solis »²⁰². Le mois d'août 1889 fut particulièrement riche en émotions fortes pour les Montréalais.

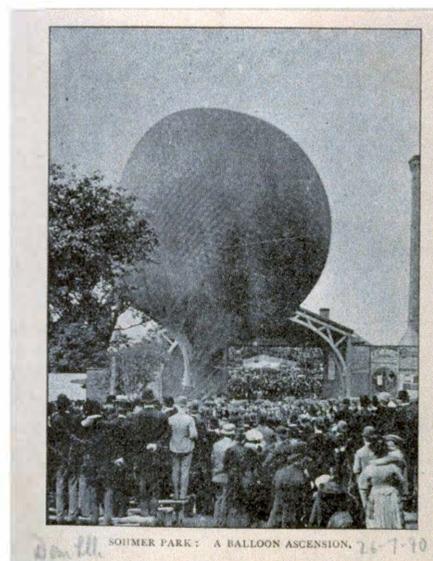


Figure 3.6- Une ascension de ballon au PARC SOHMER

²⁰⁰ *Le Trifluvien*, Ire année, n° 58, 8 juin 1889, p. 3.

²⁰¹ *La Patrie*, 11e année, n° 84, 4 juin 1889, p. 4.

²⁰² *La Patrie*, 11e année, n° 124, 23 juillet 1889, p. 4.

Les ascensions en ballon (*Figure 3.6*) étaient particulièrement courues par les curieux: « Aujourd'hui, samedi de 3 à 5 heures, le célèbre aéronaute français, M. Arthur Salagnard, au parc Sohmer, fera des ascensions captives. Ce célèbre aéronaute a fait fureur par toute l'Europe; nul doute qu'il va faire sensation à Montréal »²⁰³. Encore plus extraordinaire et seulement au PARC SOHMER: « Une ascension en ballon d'une dame, ne s'est jamais vue à Montréal, aussi nous sommes convaincus qu'il y aura foule; pour cette raison nous conseillons aux personnes d'acheter leurs billets d'avance chez Lavigne et Lajoie »²⁰⁴. À travers ces divertissements populaires, le PARC SOHMER inscrit au programme des chanteuses d'opéra de grande renommée comme Mademoiselle Ida Klein de la METROPLITAN ÜPERA HOUSE de New York.

La première saison se termine en septembre avec de multiples attractions qui visent un très large public. La première semaine, le public a pu assister à l'ascension en ballon d'une femme. La cantatrice Mademoiselle Montegriffo assurait la partie lyrique. Pour la première fois, le PARC SOHMER introduit de l'exotisme dans sa programmation avec le Japonais Yank Hoé et son assistante. Voyons le programme de cette soirée annoncée dans *La Patrie*:

Ce soir spectacle extraordinaire, Mlle Montegriffo, soprano, l'inimitable Japonais Yank Hoe, Mlle Omese, la beauté circassienne et la bande de la Cité. [...] Durant les tours de force de Yank Hoe, la Bande de la Cité exécutera *La Patrouille Japonaise*, marche de guerre des chinois [*sic*], et des danses japonaises. [...] Un Japonais extraordinaire. Ce soir, Yank Hoe, le célèbre Japonais du Palais de Cristal, de Londres, donnera une représentation extraordinaire au Parc Sohmer.²⁰⁵

La semaine suivante, les promoteurs visent directement la clientèle du CYCLORAMA en présentant des panoramas sur le Canada, les États-Unis, l'Irlande, l'Écosse,

²⁰³ *La Minerve*, n° 278, samedi 10 août 1889, p. 1.

²⁰⁴ *La Patrie*, 11e année, n° 154, 27 août 1889, p. 4.

²⁰⁵ *La Patrie*, 11e année, n° 160, 4 septembre 1889, p. 4.

l'Angleterre et la France. Ces panoramas sont accompagnés de portraits de grands hommes politiques canadiens, Sir John MacDonal et Honoré Mercier.²⁰⁶ Pour clore cette première saison, la dernière attraction en mettra plein la vue aux habitués du PARC SOHMER. Afin de nous imprégner de l'ambiance de cette époque, nous présentons le récit d'un témoin de cet événement:

Le PARC SOHMER n'était fondé que depuis quatre mois quand on apprit, en septembre 1889 qu'un acrobate français, unique en son genre, ferait des plongeurs de périlleux du haut d'une tour carrée de 150 pieds construite en bois, érigée entre la rue Notre-Dame et le fleuve.

L'acrobate plongeur, originaire du pays de nos ancêtres, se nommait Jean-Baptiste Peynaud. [...] Fortement trempé, sympathique d'allure et de figure, sang froid à toute épreuve, il personnifiait l'athlète idéal.

En collant de soie rose et en maillot, tout comme un trapéziste, il montait lentement l'échelle qui l'élevait au sommet de la tour. Après un court moment de repos, sans hésitation, il s'élançait dans le vide, tête première. Au cours de la chute, il parvenait à se ramasser pour choir horizontalement sur un petit matelas fixé sur un filet tendu à quelques pieds du sol. Les spectateurs l'adulaient.²⁰⁷

La deuxième saison du PARC SOHMER s'amorce au mois de mai et « reprend avec un programme d'activités similaires à celui de l'année précédente, sauf que maintenant, l'on ne voit presque jamais de soirée strictement et uniquement musicale »²⁰⁸. L'offre de divertissement est toujours aussi grande et la concurrence toujours aussi présente en cet été 1890. Encore une fois, pour se démarquer, les directeurs Lavigne et Lajoie axent la programmation sur des attractions spectaculaires et inédites. Pour l'ouverture de la saison, la publicité annonce « Les marionnettes vivantes de Tissot »²⁰⁹, une attraction spectaculaire afin de frapper l'imaginaire du public.

²⁰⁶ *La Patrie*, 11^e année, n° 165, 10 septembre 1889, p. 4.

²⁰⁷ Édouard-Zotique Massicotte, *loc. cit.*, p. 100-101.

²⁰⁸ Lamonde et Montpetit, *op. cit.*, p. 82.

²⁰⁹ *La Patrie*, 12^e année, n° 66, 13 mai 1890, p. 4.

Les attractions se succéderont tout au long de l'été avec des acrobates, des magiciens, des ascensions en ballon, et comme la saison précédente, la dernière semaine sera marquée par un grand spectacle avec les marionnettes Schwrégerling qui exécuteront des « scènes burlesques, clowns, transformations, métamorphoses, etc »²¹⁰. Les deux premières saisons ont été rentables pour les propriétaires et les saisons suivantes semblent prometteuses.

À l'hiver 1891, le PARC SOHMER change officiellement de nom pour celui de JARDIN ZOOLOGIQUE DEMONTRÉAL, se métamorphosant ainsi en parc de divertissement. À l'été 1891, la construction d'un pavillon pour les spectateurs permet de présenter des spectacles durant une bonne partie de l'année. Les organisateurs peuvent désormais présenter des spectacles qui s'apparentent au « vaudeville et de ses proches parents le "burlesque", le "music-hall", et le "théâtre de variétés" [...]. Il n'y avait pas au parc Sohmer de "ligne de filles" qui revenait entre chaque numéro comme dans le burlesque»²¹¹.

À l'instar de ses concurrents directs, le THÉÂTRE ROYAL de la rue Côté ou les théâtres de la «Main» (la rue Saint-Laurent), le PARC SOHMER présente des spectacles de variétés. Lamonde et Montpetit s'entendent pour qualifier ce type de présentations comme du vaudeville: « [...] il s'agit d'un spectacle composé d'arts variés où se font suite différents numéros (musique, chant, comédie) entrecoupée d'attractions (tours de force, d'habileté, de magie, etc...), le tout sans l'unité d'une intrigue ou d'un fil conducteur thématique »²¹².

Cette formule fut exploitée durant l'existence du PARC SOHMER et elle aura permis de présenter toute la gamme imaginable de saltimbanques que Lavigne et Lajoie

²¹⁰ *La Patrie*, 11e année, n° 192, 12 octobre 1890, p. 4.

²¹¹ Lamonde et Montpetit, *op. cit.*, p. 121.

²¹² *Ibid.*

pouvaient engager. À titre de modèle, nous présentons le programme de la semaine débutant le 12 juillet 1896:

On se demande jusqu'où le *Parc Sohmer* s'arrêtera. Ce n'est plus seulement l'intérêt seulement des attractions qui charme et qui surprend le public, c'est aussi leur variété. Ainsi, on nous promet, pour la semaine prochaine, entre autres nouveautés :

Alice Shaw, la siffleuse, qui a fait les délices du prince de Galles, pourtant blasé sur tous les plaisirs populaires. Vansnken McPhée & Hill, acrobates incomparables sur la barre horizontale. Olshansky, qui jette pêle-mêle [*sic*], chiens, chats, rats et autres animaux aussi sympathiques et leur fait accomplir des exercices extraordinaires.

Stirk et Zéus qui laissent bien loin derrière eux les plus fameux opérateurs de trapèzes volants. La jolie Valeska, chanteuse des plus agréable à voir aussi bien qu'à entendre, et qui se distingue en lançant ses vocalises du haut d'un trapèze mollement balancé par autre chose que la brise. Bellman et More duettistes originaux, etc, etc. Si l'on disait tout il n'y aurait plus de surprises.²¹³

Un exemple parmi tant d'autres qui allie le spectaculaire, le divertissement et l'exotisme : « Cette semaine, c'est encore Caicedo l'acrobate merveilleux qui joint la grâce à l'agilité et qui étonne les plus blasés par ses danses sur un simple fil de fer. Il y a encore Oliriz, l'homme singe qui joue sur le bambou »²¹⁴.

Cette référence à l'homme singe nous sert de prétexte pour présenter un autre aspect de l'exotisme au PARC SOHMER: les animaux. L'ouverture de la saison 1892 propose la visite du jardin zoologique. Ce volet était probablement destiné aux enfants dans une intention pédagogique et aussi dans le but d'attirer les parents. Toutefois, les journaux de l'époque font peu ou pas de cas de la nouvelle ménagerie du PARC SOHMER. Seul, un entrefilet dans *La Minerve* du samedi 28 mai 1892 annonce les heures d'ouverture du zoo. Pour la modique somme de dix sous, les curieux peuvent tout de même voir « [...] des lions, des tigres du Bengale, un léopard, un jaguar, une

²¹³ Pierrot, *Le Réveil*, vol. 4, n° 93, 11 juillet 1896.

²¹⁴ *Le Piano-Canada*, 3e année, n° 4, 20 mai 1895, p. 3.

panthère, une hyène, un kangourou, des loups crieurs, un cokotoo, un coâti, un bison, dix singes, un vautour, un pélican et un boa constrictor »²¹⁵.

Toutefois, la publicité était plutôt axée sur les dompteurs et leurs féroces animaux qui donnaient des représentations donnant parfois des frissons, voire des émotions vives, à l'exemple de ceux provoqués par la lionne Béatrice :

Vendredi dernier, à l'issue de la représentation, une des lionnes qui sont au parc Sohmer, sous la domination de Mlle Pauline Devere s'est échappée de sa cage. [...] Après chaque représentation on fait entrer les lions dans des cages portatives. C'est au moment où l'on procédait à ce transfèrement que la lionne parvint à s'échapper. Un instinctif mouvement de terreur s'empara de tous les assistants. La lionne semblait plus étonnée et plus craintive que le plus tremblant des spectateurs. Elle parcourut la scène lentement, faisant onduler sa queue avec grâce et se frottait à la manière des chats contre les jambes de quelques employés. [...] La dompteuse, prévenue, se mit à sa poursuite et la rejoignit dans une cour de l'Avenue Papineau. [...] Voilà à quoi se réduit la fugue de la lionne Béatrice, la crème des bêtes féroces »²¹⁶.

Il va sans dire que l'escapade de Béatrice s'est répandue dans les journaux et dans la population. Cette publicité gratuite ne fut pas sans déplaire à la direction du PARC SOHMER. Après tout, quoi de plus impressionnant que les éléphants ! « Les éléphants du Parc Sohmer qui, avec les animaux de l'Exposition, ont été les rois de la semaine dernière et ont fait courir tout Montréal, pour emplir les poches des dompteurs et celles des actionnaires du Parc, sont réellement *renversants* d'adresse, de finesse et de tendresse. »²¹⁷ Lorsque le PARC SOHMER fait son entrée dans le XXe siècle, la ménagerie a perdu son exotisme puisqu'il ne reste plus qu'un « couple de singes, un perroquet et des pigeons »²¹⁸.

²¹⁵ Lamonde et Montpetit, *op. cit.*, p. 67.

²¹⁶ *Le Passe-Temps*, vol. 1, n° 16, 20 septembre 1895, p. 242.

²¹⁷ Gaston P. Labat, *Le Monde illustré*, 13e année, n° 647, 26 septembre 1896.

²¹⁸ Lamonde et Montpetit, *op. cit.*, p. 67.

La fin du PARC SOHMER était inéluctable. Autant sa situation géographique fut sa carte maîtresse au moment de sa création au XIXe siècle, assurant sa renommée et sa longévité, autant durant les premières décennies du XXe siècle, son emplacement attisait la convoitise de ses voisins immédiats : les compagnies ferroviaires et l'expansion portuaire. Son enclavement géographique par l'industrie et la concurrence dans le monde du divertissement étaient des signes avant-coureurs d'une disparition à plus ou moins court terme. Le destin épargna une lente agonie au PARC SoHMER. Le 24 mars 1919, un incendie se déclare dans le pavillon de musique et se propage à la demeure ancestrale qui sert de restaurant. La direction du PARC SOHMER espère reconstruire, mais c'est sans espoir. La dette est trop lourde et les investisseurs inexistantes. Le PARC SOHMER ne se relèvera pas de cette catastrophe.

3.6 - Conclusion

Ce bref survol de l'histoire du PARC SOHMER nous a permis de dégager plusieurs caractéristiques culturelles et commerciales qui exemplifient les prémisses d'une mise en place d'une industrie de la culture telle que nous la connaissons aujourd'hui. L'avènement de l'industrialisation à Montréal dans la deuxième moitié du XIXe siècle provoqua des bouleversements dans les habitudes de travail, dans les cercles familiaux et les rapports dans les relations communautaires.

Le succès du PARC SOHMER ne s'explique pas seulement par le talent artistique et le sens des affaires des fondateurs. La fenêtre temporelle dans laquelle s'inscrit la création du PARC SOHMER est tout aussi importante, voire fondamentale. La dernière décennie du XIXe siècle deviendra une période charnière entre « l'ancien temps » et l'ère moderne. L'apparition de nouvelles technologies, comme l'électricité, le cinéma et le téléphone serviront adéquatement les ambitions commerciales des propriétaires du PARC SOHMER. En effet, ces innovations permettent entre autres d'illuminer les soirées au PARC SOHMER en prolongeant les heures d'ouverture. L'avènement du cinéma, quoiqu'encore muet, suscite un grand intérêt et fait ainsi augmenter les entrées à la billetterie. Les moyens de communication comme le téléphone et l'expansion des réseaux ferroviaires favorisent la venue d'artistes étrangers, notamment des États-Unis.

Du moment où le PARC SOHMER s'est transformé en corporation et que le pavillon de musique a vu le jour, les promoteurs eurent la possibilité de prolonger la saison au-delà des dernières journées de septembre. Ainsi, le PARC fut en mesure de présenter des spectacles variés, délaissant quelque peu la programmation musicale qui faisait la

renommée du parc. Cette étape ayant été franchie, le PARC est devenu véritablement une entreprise commerciale de divertissement avec sa ménagerie, ses manèges mécaniques, et surtout avec la présentation de spectacles de vaudeville.

La programmation du PARC était axée sur le spectaculaire, l'extraordinaire et l'exotisme afin d'attirer tous les types de publics. Tout comme ses concurrents, la direction utilise la presse écrite comme véhicule publicitaire. Les publicités sont quotidiennes dans les journaux: *La Minerve*, *La Patrie*, *La Presse*, pour ne nommer que ceux-ci. Le tarif unique de dix sous durant toute l'existence du parc et le *modus operandi* du *premier arrivé, premier servi* permettent de faire du PARC SOHMER un lieu de sociabilité sans distinction de classe.

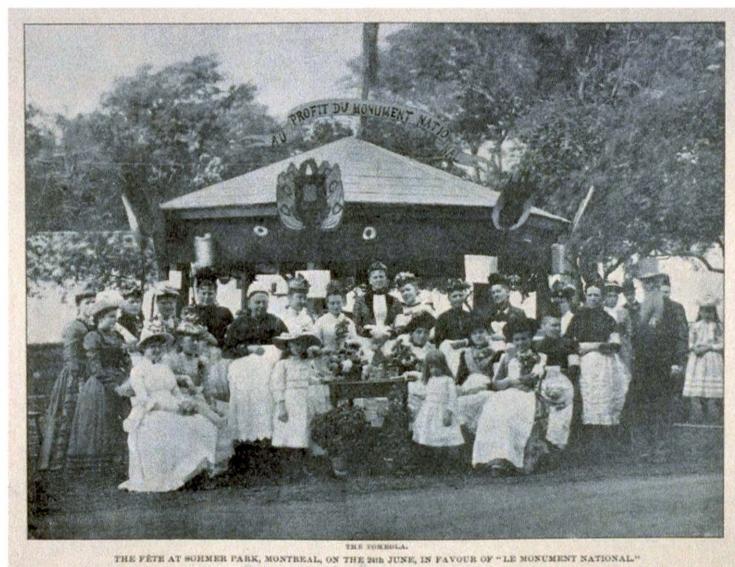


Figure 3.7 -Tombola pour le MONUMENT-NATIONAL

Outre la publicité, un tarif réduit, une programmation variée et un endroit enchanteur, le PARC SOHMER a su récupérer une stratégie marketing d'avant-garde utilisée par le JARDIN GUILBAULT : le «*partnership*» (Figure C.1). En effet, les fêtes religieuses, les tombolas et les fêtes-bénéfices servaient de caution auprès du clergé et donnaient bonne presse à la direction, même si le but évident de cette collaboration était la

rentabilité de l'entreprise. Les fêtes des associations professionnelles, les diverses corporations ainsi que les assemblées publiques s'associaient avec le PARC SOHMER pour la tenue d'événements publics. La direction du PARC réussira à obtenir le droit de vendre de la bière les dimanches grâce à une étroite collaboration/association entre les affaires et la politique, chacun y trouvant son compte, hormis le clergé, bien sûr.

C'est donc dans un contexte de mutation sociale et commerciale que Lavigne et Lajoie créent un lieu multifonctionnel alliant la culture, l'exotisme et le commerce, transformant radicalement les loisirs et les divertissements populaires à Montréal. Le PARC SOHMER aura réussi à drainer les spectateurs habitués à des concerts gratuits dans les lieux publics vers un espace clos et privé en convertissant ces spectateurs en une nouvelle typologie de public : la clientèle.

SYNTHÈSE

Ce tour d'horizon sur les divertissements populaires au cours du XIXe siècle à Montréal nous permet de cerner quelques grandes caractéristiques dans la mise en place d'une commercialisation des loisirs. À Montréal, le XIXe siècle peut être appréhendé comme avoir été témoin d'un ensemble uniforme, d'une suite d'événements ininterrompus s'enchaînant les uns à la suite des autres. Nous avons plutôt opté pour une approche transdisciplinaire avec l'Histoire et la muséologie pour mettre en lumière des changements significatifs et irréversibles durant la période étudiée. La réalité urbaine, sociale et familiale, le monde du travail et les loisirs populaires subissent en quelques dizaines d'années des métamorphoses qui se répercutent jusqu'au XXIe siècle.

Montréal, minuscule poste de traite de fourrures au début de la colonisation française, s'est transformée au fil des événements historiques, notamment avec la conquête britannique de 1760, en une ville essentiellement de commerce. En effet, en paraphrasant Jean-Claude Robert²¹⁹, nous pourrions penser que lorsque Jacques Cartier planta sa croix sur le mont Royal, que l'individu qui la tenait était un commerçant. Au tournant du XXe siècle, Montréal est une ville industrielle et manufacturière en pleine expansion, jumelée à une urbanisation rapide avec une population croissante.

²¹⁹ Jean-Claude Robert, historien et professeur émérite au *Département d'histoire* de l'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL.

Ces mutations profondes au cours du XIXe siècle, surtout dans sa seconde moitié, se répercutent également sur les offres culturelles, de loisirs et de divertissements. Elles se multiplient, se complexifient et se commercialisent dans un contexte concurrentiel, celle-ci provenant non pas uniquement des promoteurs locaux, mais aussi des étrangers, surtout des Américains. L'envahissement par des éléments extérieurs de l'espace culturel urbain s'accéléra tout au long du siècle avec l'expansion des réseaux ferroviaires transcontinentaux et de la navigation à vapeur.

La première moitié du XIXe du siècle, en raison d'une population peu nombreuse et dotée de moyens de communication rudimentaires qui ne sont accessibles qu'en été ou en plein de cœur de l'hiver lorsque les cours d'eau sont gelés, n'offre pas une vaste gamme de loisirs. Les Montréalais n'ont accès qu'à des expositions itinérantes en provenance de l'étranger ; elles sont rares et ne s'arrêtent que quelques jours seulement dans la ville. Les musées, comme concept que nous connaissons de nos jours, sont inexistantes, à l'exception de quelques sociétés savantes dont l'accès est réservé à une certaine élite. Le théâtre était aussi présent, mais il s'adressait surtout à une clientèle bourgeoise anglophone. Durant près d'un quart de siècle, le seul endroit qui offre un peu de culture et d'exotisme est le MUSEO ITALIANO de Thomas Delvecchio. Il est plutôt apparenté à un cabinet de curiosités ouvert au public. Il sera le premier établissement de divertissement commercial de Montréal pour lequel le propriétaire en fait la promotion par des publicités dans la presse écrite.

La deuxième moitié du XIXe siècle, avec la montée de l'industrialisation et l'afflux de nouveaux résidents, voit apparaître la consommation et les loisirs commerciaux de masse. Le *Carnaval d'hiver de Montréal* est un exemple probant de cette tendance au même titre que les grandes expositions agricoles et industrielles provinciales. Il faut également souligner la spécificité de la ville de Montréal (sa dualité linguistique et géographique) qui doit être prise en compte afin d'obtenir un portrait global de l'époque.

Toutefois, ce qui marque l'avènement d'une commercialisation des loisirs ce sont les entreprises privées qui mettent sur pied des structures organisationnelles efficaces, des stratégies promotionnelles avec des publicités qui visent tous les publics, dès que la masse démographique est suffisante pour assurer des revenus substantiels. Les techniques de marketing sont axées sur le goût des spectateurs pour le spectaculaire et le sensationnel. Les prix d'entrée sont accessibles à la classe moyenne ouvrière, noyau important de la clientèle. Les promoteurs attirent une vaste clientèle avec un prix d'entrée misant sur le nombre de visiteurs comme source de revenus principale pour la rentabilité de l'entreprise, mais aussi sur les activités secondaires et les produits dérivés que les clients consomment sur place, la restauration, les rafraîchissements, la bière, le tabac et les boissons alcoolisées.

Notre étude de cas sur le PARC SOHMER nous permet, dans un seul exemple, de réunir toutes les grandes caractéristiques de la mise en marche de la commercialisation des loisirs au XIXe siècle. Dans un premier temps, son succès populaire et sa durée dans le temps, à cheval sur deux siècles (entre l'ancien et le moderne), permet de constater que les divertissements populaires sont des éléments indissociables de la vie culturelle montréalaise. Deuxièmement, la variété de sa programmation, alternant entre la culture dite sérieuse et le vaudeville, montre l'influence de la culture étrangère provenant tant de l'Europe continentale et de l'Empire britannique que des États-Unis. Troisièmement, l'association avec divers événements religieux, ouvriers et politiques afin de promouvoir la visibilité du PARC SOHMER dans la presse écrite et dans l'opinion publique est un exemple de stratégie de marketing d'avant-garde. Enfin, le prix d'entrée fixe, qu'importe la place occupée pour les représentations et ce, tout au long de l'existence du PARC, induit une certaine démocratisation de la culture en éliminant les barrières de la hiérarchie des classes sociales.

Le XIXe siècle à Montréal, notamment à compter de 1830, est également une période fertile en ce qui a trait à l'apparition des premiers musées savants²²⁰; dans le sens de son acception muséologique moderne. Cette culture élitaires, réservée²²¹ à une classe dominante bourgeoise majoritairement anglophone, met en lumière un autre genre de dualité sociale dans le paysage culturel montréalais. Cette culture savante est regroupée sous diverses thématiques générales qui définissent en fait la typologie muséologique de ces institutions.

À l'époque où le MUSEO ITALIANO fut inauguré, d'autres institutions et organismes prenaient graduellement place dans le paysage culturel montréalais. Certains projets, comme le MONTREAL LIBRARY en 1822, le MECHANICS INSTITUTE en 1828 et l'INSTITUT VATTIEMARE en 1840, qui avaient comme objectifs de promouvoir l'histoire naturelle, les arts et l'industrie ne furent que des ébauches. Par contre, de ces projets, certains furent réalisés et sont aujourd'hui des institutions renommées: l'ART ASSOCIATION OF MONTREAL qui est devenue le prestigieux MUSÉE DES BEAUX ARTS DE MONTRÉAL, la NUMISMATIC AND ANTIQUARIAN SOCIETY OF MONTREAL qui a donné naissance au Musée du CHÂTEAU RAMEZAY et le musée REDPATH associé à l'UNIVERSITÉ MCGILL. D'autres, même si ils sont maintenant disparus, n'en demeurent pas moins des jalons importants de la muséohistoire du Québec. La COMMISSION GÉOLOGIQUE DU CANADA (1842-1881) et la NATURAL HISTORY SOCIETY OF MONTREAL (1825-1925) furent, entre autres, des organismes fondateurs dans la mise en place d'une muséologie de l'histoire naturelle.

²²⁰ Pour obtenir un portrait détaillé de l'émergence de cette typologie muséale au XIXe siècle à Montréal voir : GAGNON, Hervé, *Divertir et instruire, Les musées de Montréal au XIXe siècle*, Sherbrooke: Production GGC, 1999, 241 pages.

²²¹ Nous entendons par le terme « réservé » à une certaine exclusion, non pas volontaire, mais induite par le faible niveau de scolarisation de la classe sociale moyenne, notamment chez les francophones.

Certes, ce panorama est loin d'être exhaustif en ce qui a trait aux formes de loisirs et de divertissements à Montréal au XIXe siècle, mais tout au moins, nous croyons que l'originalité de notre approche transdisciplinaire influencera d'autres chercheurs à joindre leur spécialité pour explorer sous des angles différents le caractère socialisant des loisirs populaires. De nouvelles analyses historiques, sociales, politiques et muséologiques permettront d'obtenir une meilleure compréhension et interprétation des phénomènes actuels dans l'industrie de la culture contemporaine.

BIBLIOGRAPHIE

- ANONYME, « Better than a Traveling Circus: Museums and Meetings in Montreal During the Early 1880s », *Transactions of Royal Society of Canada*, série iv, vol. 20, 1982, p. 499-518.
- ANONYME, « Les musées accessibles au public à Montréal au XIXe siècle. Capitalisme culturel et idéal national », *Historical Reflections/Réflexions historiques*, vol. 22, n° 2, printemps 1996, p. 351-387.
- BAZIN, Jules, « L'île Sainte-Hélène et son histoire », *Vie des arts*, n° 48, 1967, p. 18-23.
- BELLEFLEUR, Michel, « Du loisir en milieu rural traditionnel au loisir urbain et commercial », *L'évolution du loisir au Québec: Essai socio-historique*, Québec: Les Presses de l'Université du Québec, 1997, p. 15-27.
- BIBAUD, Michel, « Cabinet de curiosités naturelles et artificielles. On y voit réunis l'utile et l'agréable », *Bibliothèque canadienne*, vol. I, n° 2, juillet 1825, p. 53-55.
- BOURASSA, André G. et Jean-Marc LARUE, *Les nuits de la « Main »*, Montréal : VLB, 361 pages.
- CLÉMENT, Éric, « Le feu du parc Sohmer et le terrible incendie du parc Dominion », *La Presse*, samedi 10 octobre 1992, p. A9.
- BIZIER, Andrée-Hélène, « L'homme orchestre du parc Sohmer », *L'Actualité*, vol. 17, n° 6, 15 avril 1992, p. 71.
- DAGENAIS, Michèle, *Faire et fuir la ville, Espaces publics de culture et de loisirs à Montréal et Toronto au XIXe et XXe siècle*, Québec : Presses de l'Université Laval, 2006, 252 p.
- DUBÉ, Philippe et Raymond MONTPETIT, *La double genèse de la muséologie au Québec*, Québec: Musée de la civilisation, 1991, 120 p.
- DUBÉ, Philippe et Raymond MONTPETIT, « Savoir et exotisme: naissance de nos premiers musées », *Cap-aux-Diamants: la revue d'histoire au Québec*, n° 25, 1991, p 10-13.

- DUCHESNE, Raymond, « Magasin de curiosités ou musée scientifique ? Le musée d'histoire naturelle de Pierre Chasseur à Québec (1824-1854) », *HSTC Bulletin : Journal of the History of Canadian Science, Technology and Medicine/HSTC Bulletin: revue d'histoire des sciences, des techniques et de la médecine au Canada*, vol. 7, n° 2, (24) 1983, p. 59-79.
- DUCHESNE, Raymond, « Pierre Chasseur », dans *Dictionnaire bibliographique du Canada*, 1988. En ligne (consulté en septembre 2013): <http://www.biographi.ca/fr/bio/chasseur_pierre_7F.html >.
- DUCHESNE, Raymond, « Thomas Delvecchio », dans *Dictionnaire bibliographique du Canada*, 1987. En ligne, (consulté en septembre 2013): <http://www.biographi.ca/fr/bio/delvecchio_thomas_6F.html >.
- DUCHESNE, Raymond et Paul CARLE, « L'ordre des choses: cabinets et musées d'histoire naturelle au Québec (1824-1900) », *Revue d'histoire de l'Amérique française*, vol. 44, n° 1, 1990, p. 3-30.
- DUFRESNE, Michel, « Regards sur la mémoire », *Cap-aux-Diamants: la revue d'histoire au Québec*, n° 59, 1999, p. 37-41.
- DUFRESNE, Sylvie, « 1883-1889: quand Montréal avait son carnaval », *Cap-aux-Diamants: la revue d'histoire au Québec*, n° 64, 2001, p. 10-14.
- FROST, Stanley Brice, « Science Education in the Nineteenth Century. The natural History of Society of Montreal, 1827-1925 », *McGill Journal of Education*, vol. XII, n° 1, hiver 1982, p. 31-43.
- GAGNON, France, « Le rôle de la famille dans l'adaptation des migrants de la plaine de Montréal au milieu montréalais 1845-1875 », thèse de doctorat, Montréal : Université du Québec à Montréal, 1986, p. 58-73.
- GAGNON, Hervé, « Des animaux, des hommes et des choses, Les expositions au Bas-Canada dans la première moitié du XIXe siècle », *Histoire sociale /Social History*, vol. 26, n° 52, novembre 1993, p. 291-327.
- GAGNON, Hervé, *Divertir et instruire, Les musées de Montréal au XIXe siècle*, Sherbrooke : Production GGC, 1999, 241 pages.
- GAGNON, Hervé, « Divertissement et patriotisme: la genèse des musées d'histoire à Montréal au XIXe siècle », *Revue d'histoire de l'Amérique française*, vol. 48, n° 3, 1995, p. 317-349.
- GAGNON, Hervé, « Du cabinet de curiosités au musée scientifique. Le musée italien et la genèse des musées à Montréal dans la première moitié du XIXe siècle », *Revue d'histoire de l'Amérique française*, vol. 45, n° 3, 1992, p. 415-430.

- GAGNON, Hervé, « L'évolution des musées accessibles au public à Montréal au XIXe siècle : capitalisme culturel et représentations idéologiques », thèse de doctorat, Montréal : Université de Montréal, 1994, 294 pages.
- GAUDET, Sylvain, « Un haut lieu de la culture populaire à Montréal au XIXe siècle: le Jardin Guilbault », *Cap-aux-Diamants: la revue d'histoire du Québec*, n° 97, 2009, p. 25-29.
- GAUDREAULT, André et Germain LACASSE, « À Montréal, des sujets hauts en couleur, dès 1897 ... », *24 images*, n° 78-79, 1995, p. 79-84.
- GIRARD-MASSICOTTE, Pauline, « Le parc La Fontaine », *Montréal au XIXe siècle Des Gens, des idées, des arts, une ville. Actes du colloque organisé par la Société historique de Montréal (Automne 1988)*, Société historique de Montréal, Montréal: Leméac, 1990, p. 81-94.
- Groupe de Recherche en Art Populaire, *Rapport du Groupe de Recherche en Art Populaire: travaux et conférences 1975-1979*, Montréal: Département de l'histoire de l'art, Université du Québec à Montréal, juin 1979, 299 pages.
- JAUMAIN, Serge et Paul-André LINTEAU, *Vivre en ville, Bruxelles et Montréal (XIXe-XXe siècle)*, Bruxelles: P.I.E. Lang, 2006, 375 pages.
- LABRECQUE, Annie-Claude et Dany FOUGÈRES, « L'économie montréalaise au XIXe siècle », dans *Histoire de Montréal et de sa région*, sous la dir. de Dany Fougères, p. 487-534.
- LAMONDE, Yvan, « Fin de siècle culturelle (1877-1896) », dans *Histoire sociale des idées au Québec*, tome 1, Montréal : Fides, 2000, p. 465-480.
- LAMONDE, Yvan, « Les associations au Bas-Canada: de nouveaux marchés aux idées », *Histoire sociale/Social History*, 1975, p. 361-370.
- LAMONDE, Yvan, « La sociabilité montréalaise au XIXe siècle : la présence des cultures francophone et anglophone », dans *Histoire de Montréal et de sa région*, sous la dir. de Dany Fougères, Québec: Les Presses de l'Université Laval, 2012, p. 749-774.
- LAMONDE, Yvan, « Naissance et affirmation de la culture commercialisée », dans *Histoire de Montréal et de sa région*, sous la dir. de Dany Fougères, Québec : Les Presses de l'Université Laval, 2012, p. 777-799.
- LAMONDE, Yvan et Raymond MONTPETIT, *Le parc Sohmer de Montréal (1889-1919)*, Québec : Institut québécois de recherche sur la culture, 1986, 231 pages.
- LAPLANTE, Jean de, *Les parcs de Montréal des origines à nos jours*, Montréal: Éditions du Méridien, 1990, 253 pages.

- LARRUE, Jean-Marc, *Le théâtre à Montréal à la fin du XIXe siècle*
Montréal: Fidès, 1981, 139 pages.
- LARRUE, Jean-Marc, « Le cinéma des premiers temps à Montréal et l'institution du théâtre », *Cinemas: revue d'études cinématographiques / I Cinemas : Journal of Film Studies*, vol. 6, n° 1, 1995, p. 119-131.
- LINTEAU, Paul-André « Les deux Montréal », dans *Histoire de Montréal depuis la confédération*, Montréal : Boréal, 2000, p. 93-118.
- LEVASSEUR, Roger, « La culture populaire au Québec: de la survivance à l'affirmation », dans Gilles Pronovost (sous la dir. de), *Cultures populaires et sociétés contemporaines*, Québec: Les Presses de l'Université du Québec, 1982, p. 103-115.
- LEVASSEUR, Roger, *Loisir et culture au Québec*,
Montréal : Boréal Express, 1982, 187 p.
- MARAIS, Jean-Luc, « Yvan Lamonde, Raymond Montpetit, Le parc Sohmer de Montréal, 1889-1919. Un lieu populaire de culture urbaine », *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, vol 42, n° 5, 1987, p. 1160-1161.
- MARSH, John L., « Drama and Spectacles by the Yard: The Panorama in America », *Journal of Popular Culture*, Vol. X, n° 3, hiver 1976, p. 581-592.
- MASSICOTTE, Édouard-Zotique, « Brève histoire du Parc Sohmer », *Cahiers des Dix*, vol. XI, 1946, p. 97-119.
- MASSICOTTE, Édouard-Zotique, « Coins historiques du Montréal d'autrefois : le Jardin Guilbault », *Cahiers des Dix*, vol. 2, 1937, p. 142-146.
- MAURIES, Patrick, *Cabinets de curiosités*, Paris : Gallimard, 2002, 259 pages.
- MONTPETIT, Raymond, « Culture et exotisme: Les panoramas itinérants et le Jardin Guilbault à Montréal au XIXe siècle », *Loisir et Société / Society and Leisure*, vol. 6, n° 1, printemps 1983, p. 71-104.
- MONTPETIT, Raymond, « La culture populaire au Québec et son histoire en contexte urbain », dans Gilles PRONOVOST (sous la dir. de), *Culture populaire et sociétés contemporaines*, Québec : Les Presses de l'Université du Québec, 1982, p. 91-101.
- MONTPETIT, Raymond, « Une logique d'exposition populaire: les images de la muséographie analogiques », *Publics et musées*, n° 9, janvier-juin 1996, p. 55-103.
- PARÉ, Isabelle, « Montréal veille tard depuis des lustres », *Le Devoir*, 20 juillet 2010.

- PERREAULT, Luc, « Ernest Ouimet, notre premier tycoon », *La Presse*, samedi 18 mai 1996, p. C2.
- POIRIER, Lucien, « Ernest Lavigne », dans *Dictionnaire bibliographique du Canada*, 1994. En ligne, 1994 (consulté en janvier 2014): http://www.biographi.ca/fr/bio/lavigne_ernest_13F.html >.
- PRONOVOST, Gilles (dir.), *Cultures populaires et sociétés contemporaines*, Sillery, Presses de l'Université du Québec, 1982, 194 pages.
- TRUDEL, Robert, « Famille, foi et patrie: le credo de Dupuis frères », *Cap-aux-Diamants: la revue d'histoire du Québec*, n° 40, 1995, p. 26-33.
- TRUDEL, Tancrede, « Biographies- Ernest Lavigne », *Le Canada artistique*, vol I, n° 1, janvier 1890, p. 18.

SOURCES DES FIGURES

Figure 1.1 :

Musée McCord. 1896, 19e siècle. William Notman & Son.
Plaque sèche à la gélatine 20 x 25 cm. Achat de
l'Associated Screen News Ltd. VIEW-2943.

Figure 1.2:

Musée McCord. 1870, 19e siècle, William Notman. Papier albuminé
137 x 176 cm. Don de Charles Frederick Notman. N-0000.116.21.1.

Figure 2.1 :

BAnQ, collection numérique. *Le Spectateur canadien*,
vol. 8, n° 20, 24 juin 1820, p. 3.

Figure 2.2:

BAnQ, collection numérique. *L'Ami du peuple de l'ordre et des lois*,
vol. 3, n° 104, 18 juillet 1835, p. 415.

Figure 2.3 :

BAnQ, collection numérique. *La Minerve*,
vol. 23, n° 1, 9 septembre 1850, p. 3.

Figure 2.4:

BAnQ, collection numérique. *Le Spectateur canadien*,
vol. XI, n° 30, 30 août 1823.

Figure 2.5 :

BAnQ, collection numérique. *La Minerve*,
62e année, n° 7, 16 septembre 1889.

Figure 2.6:

BAnQ, collection numérique. *Le Spectateur canadien*,
vol. X, n° 43, 30 novembre 1822.

Figure 2.7:

BAnQ, collection numérique. *Le Spectateur canadien*,
vol. XII, n° 28, 21 août 1824.

Figure 2.8:

BAnQ, collection numérique. *La Minerve*,
vol. V, n° 78, 10 novembre 1831.

Figure 2.9:

BAnQ, collection numérique. *La Minerve*,
vol. X, n° 55, 22 août 1836.

Figure 2.10:

BAnQ, collection numérique. *La Minerve*,
vol. XXII, n° 114, 21 juin 1860.

Figure 2.11 :

BAnQ, collection numérique. *La Minerve*,
vol. XXXIV, n° 138, 16 août 1862.

Figure 2.12 :

BAnQ, collection numérique. *Album Massicote*, s/d.

Figure 2.13 :

BAnQ, collection numérique. *Album Massicote*, s/d.

Figure 2.14 :

La Presse, 98e année, n° 25, cahier Y, p. 3, 30 janvier 1982.

Figure 2.15:

BAnQ, collection numérique. *Le Monde illustré*, n° 39, p. 308, 31 janvier 1885.

Figure 2.16:

BAnQ, collection numérique. *Le Monde illustré*, n° 39, p. 305, 31 janvier 1885.

Figure 2.17 :

Le Canard, 2e série, vol. I, n° 37, 11 août 1894.

Figure 2.18 :

BAnQ, collection d'images, *Fonds Conrad Poirier*, p. 48, S1, P5206.

Figure 2.19:

BAnQ, collection d'images, *Fonds Conrad Poirier*, p. 48, S1, P5187.

Figure 2.20 :

BAnQ, collection d'images, *Fonds Conrad Poirier*, p. 48, S1, P5121.

Figure 2.21 :

BAnQ, collection d'images, carte postale, CP 5747 CON.

Figure 3.1 :

Le Passe-Temps, vol. II, n° 31, 2 mai 1896.

Figure 3.2:

BAnQ, collection numérique. *Album Massicote*, s/d.

Figure 3.3 :

BAnQ, collection d'images, carte postale, CP 5453 CON.

Figure 3.4:

BAnQ, collection numérique. *Album Massicote*, s/d.

Figure 3.5 :

BAnQ, collection numérique. *Album Massicote*, s/d.

Figure 3.6:

BAnQ, collection numérique. *Album Massicote*, s/d.

Figure 3.7. :

BAnQ, collection numérique. *Album Massicote*, s/d.