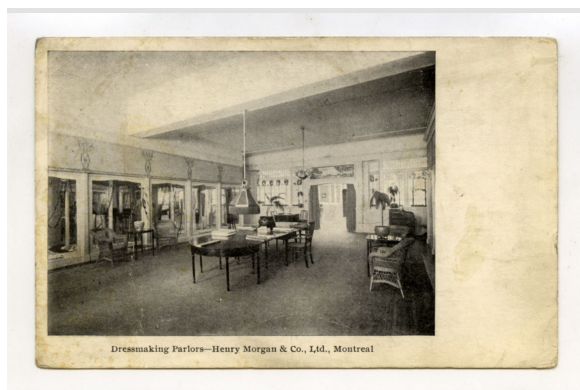


Cartes Postale

Carte postale

<https://collections.pacmusee.qc.ca/objets/carte-postale-2013-030-015-255/>

Collections / carte postale



Licence CC BY-NC-ND 4.0

Carte postale en noir & blanc avec inscriptions manuscrites.

Numéro d'accession 2013.30.15.255

Médium et Support encre, carton

Technique procédé industriel

Dimensions 8,5 x 13,6 cm

Contexte historique

Dans les dernières décennies du 19^e siècle, le grand magasin supplante, de façon rapide, les magasins de nouveautés où l'on vend déjà du tissu, des rubans, des soieries ou des articles de mercerie. La stratégie de Morgan est de miser sur sa réputation d'établissement « chic » et sur une marchandise de qualité. Il offre de plus une foule de services classiques, comme la teinturerie, la confection et la livraison, déjà proposés en partie par les magasins de nouveautés plus petits.

L'augmentation de la consommation a rendu nécessaire une plus grande rationalisation des espaces commerciaux et a modifié l'organisation du travail. Toutefois, ce qui distingue le grand magasin des modèles précédents est tout autant l'atmosphère qu'il réussit à créer dans ses locaux que ses pratiques commerciales nouvelles. On intègre les divers services offerts et les nouveautés fonctionnelles à un environnement où ce qui est considéré moderne et prestigieux est omniprésent. L'action de consommation devient donc progressivement une expérience, et le grand magasin devient un lieu de rencontre et de divertissement.