

Magazine

<https://collections.pacmusee.qc.ca/objets/magazine-2021-002-cat-006/>

Collections / Du fédéralisme à la fin de la Deuxième Guerre mondiale / magazine



Licence CC BY-NC-ND 4.0

Catalogue papier de Meccano Quality Toys. La page de couverture est en couleur et aborde le logo du grand magasin Dupuis Frères. L'intérieur du catalogue, en noir et blanc, fait la promotion de Meccano Magazine.

Numéro d'accension 2021.02.CAT.006

Marchand Meccano Quality Toys

Date 1938

Matériaux encre, papier

Dimensions 14 x 22 cm

Contexte historique

Datant de 1938, ce catalogue de jouets de construction Meccano arbore le logo du grand magasin montréalais Dupuis frères : les produits Meccano étaient très probablement proposés au sein de l'enseigne. De fait, les deux entités ont des valeurs commerciales similaires. Meccano Magazine commence à être publié en 1916 afin de promouvoir les jeux de construction du même nom.

À partir des années 1920, Meccano Magazine se veut mensuel et plus complet. La moitié de ses pages sont consacrées aux nouvelles technologies et aux sciences naturelles. Il devient un magazine scientifique très populaire destiné majoritairement aux jeunes garçons. Comme on peut l'observer sur cette publicité, Meccano exploite l'intérêt de la construction afin d'intéresser son lectorat à des sujets scientifiques. Le magazine semble par ailleurs avoir une plus grande popularité que certains magazines scientifiques destinés aux adultes. Malgré ce large succès, Meccano Magazine s'adresse à un public précis, à savoir des jeunes hommes bien éduqués, aisés, ayant un intérêt pour un monde « sophistiqué ».

Il apparaît alors indispensable pour l'institution commerciale montréalaise Dupuis Frères de proposer des produits Meccano. De fait, entre 1920 et 1960, l'enseigne canadienne-française connaît un essor considérable. L'innovation est au cœur de son évolution : le magasin se veut moderne et contemporain. Bien qu'ayant un public populaire, les grands magasins s'inscrivent comme de lieux d'élégance, de richesse, proposant des produits haut de gamme.

L'existence de la marque britannique chez Dupuis Frères, défenseur des

valeurs canadiennes française, permet de souligner la présence d'anglophones dans ses rayons. De fait, le magasin ne néglige pas cette partie de clientèle : sa publicité figure dans des publications anglophones telles que ce catalogue Meccano.

© Collection Pointe-à-Callière, fonds Frédéric Cloutier, 2021.002.CAT.006