

Tondeuse à cheveux mécanique

<https://collections.pacmusee.qc.ca/objets/tondeuse-a-cheveux-2021-002-obj-056-1-3/>

Collections / Activités économiques / tondeuse à cheveux



Licence CC BY-NC-ND 4.0

Tondeuse à cheveux (mécanique). L'emballage de l'objet métallique est une boîte rectangulaire de couleur orange. Il dispose d'une étiquette sur laquelle est illustré l'objet. Des mentions sont écrites en noir, dont la marque : Duprex. Cette tondeuse est vendue par le magasin Dupuis Frères.

Numéro d'accession 2021.02.OBJ.56.1-3

Marchand Dupuis Frères

Période 1re moitié du 20e siècle

Matériaux carton, métal

Dimensions 3,7 x 8,7 x 14,8 cm

Contexte historique

Cette tondeuse à cheveux mécanique, vendue au grand public dans le grand magasin montréalais Dupuis Frères, reflète l'évolution de la culture matérielle de la société de la première moitié du 20e siècle. Apparue dans les années 1880, les grands magasins ont profondément modifié les pratiques de consommation des Montréalais. Ces nouveaux établissements s'élèvent sur plusieurs étages et se divisent en plusieurs rayons. Ils succèdent aux « commerces de nouveautés », de petits magasins proposant des articles de modes essentiellement importés. Exemple de la diversité des produits proposés, cette tondeuse mécanique s'inscrit comme un produit innovant, fabriqué en Allemagne.

Entre les années 1920 et 1960 à Montréal, les grands magasins comme Eaton, Morgan ou Dupuis Frères affirment leur présence. S'exposant comme des lieux d'opulence et d'élégance, ces établissements déploient beaucoup de leurs efforts sur la mode féminine : les tendances vestimentaires sont étudiées chaque saison. À cela s'ajoutent de

nombreux accessoires tels que cette tondeuse mécanique.

L'innovation est au cœur de leur évolution : Dupuis Frères est notamment le premier à exhiber sa marchandise en vitrine. On fait appel à de nouvelles technologies afin de séduire une clientèle exigeante, et répondre à la concurrence. Allant de pair, les produits doivent eux aussi être en constante évolution. Leur étalage est étudié et l'harmonie des couleurs est pensée. Cet emballage orange participe à cette stratégie de vente.

L'étiquette de ce produit, exclusivement en français, reflète la population à laquelle Dupuis Frères s'adresse : les Canadiens français. Le magasin se veut être l'enseigne de cette population en faisant rayonner leur mode de vie.

© Collection Pointe-à-Callière, fonds Frédéric Cloutier, 2021.002.OBJ.056.1-3

Photo de Michel Pinault