

Ce document est une version électronique d'un chapitre publié dans :

Craig, B. (2004). Entrepôt de l'Empire : Le magasin général rural au milieu du XIX^e siècle. In G. Béaur, C. Dessureault, & J. Goy (éds.), *Familles, terre, marchés : logiques économiques et stratégies dans les milieux ruraux, XVII^e-XX^e siècles* (pp. 33-46). Rennes, France: Presses universitaires de Rennes.

Entrepôt de l'Empire. Le magasin général rural au milieu du XIX^e siècle

Béatrice Craig*

Selon les historiens, les magasins généraux de campagne nord-américains jouèrent plusieurs rôles au cours du dix-neuvième siècle: fournisseurs de capitaux, chefs d'orchestre des échanges locaux, et plaques tournantes où les produits de la campagne étaient échangés contre ceux de l'extérieur, tels les "nouvelles épicerie" des Indes Occidentales ou Orientales, les produits manufacturés européens, ces derniers graduellement étoffés par les produits des usines nord-américaines, et les produits bruts non disponibles localement, comme le sel ou le métal en barre ou en feuille¹. Les magasins introduisaient au côté d'échanges entre voisins, d'autres articulés à des marchés distants sur lesquels le client n'avait aucun contrôle. Cette dernière fonction des magasins a amené certains historiens à les voir comme les avant-postes de la pénétration du capitalisme dans les campagnes². Cette fonction les aurait aussi amené à jouer un rôle modernisateur au sein des sociétés rurales, comme l'indique l'historien américain Gregory Nobles:

* Université d'Ottawa.

¹ Margaret E. MARTIN, « Merchants and Trade of the Connecticut River Valley, 1750-1820 », *Smith College Studies in History*, (1938-1939), 24; Graeme WYNN, *Timber colony, A historical geography of Early Nineteenth Century New Brunswick*, Toronto, Toronto University Press, 1983 ; Alan GREER, *Peasant, Lord and Merchant, Rural Society in Three Quebec Parishes, 1740-1840*, Toronto, Toronto University press, 1985 ; Kevin M. SWEENEY, « Gentlemen Farmers and Inland Merchants: The Williams Family and Commercial Agriculture in Pre-Revolutionary Western Massachusetts », in P. BENES, (ed.), *The Farm*, Boston, Boston University Press, 1988, pp. 60-73 ; Alan TAYLOR, *Liberty Men and Great Proprietors, The Revolutionary Settlement on the Maine Frontier, 1760-1820*, Chapel Hill, University of North Carolina Press, 1990 ; Christopher CLARK, *The Roots of Rural Capitalism, Western Massachusetts, 1780-1860*, Ithaca, N.Y., Cornell University Press, 1990 ; Gregory NOBLES, « The rise of the Merchants in Rural Market Towns: A Case Study of Eighteenth-century Northampton, Massachusetts », *Journal of Social History*, 43, 1990, pp.3-30 ; Douglas MCCALLA, « Rural Credit and Rural Development in Upper Canada, 1790-1850 », in Rosemary OMMER, (ed.), *Merchant Credit and Labour Strategies in Historical Perspectives*, Fredericton, Acadiensis Press, 1990, pp. 255-272 ; Douglas MCCALLA, *Planting the Province, the Economic History of Upper Canada, 1748-1870*, Toronto, University of Toronto Press, 1992 ; Elizabeth MANCKE, « At the counter of the General Store: Women and the Economy in Eighteenth century Nova Scotia », in Margaret CONRAD, *Intimate Relations, Family and Community in Planter Nova Scotia, 1759-1800*, Fredericton, Acadiensis Press, 1995, pp. 167-181; Alan TAYLOR, *William Cooper's Town, Power and Persuasion on the Frontier of the Early American Republic*, New York, Knopf, 1995.

² Voir plus particulièrement Gregory NOBLES, « The rise of the Merchants ... », art. cit.; Alan GREER, « Peasant, Lord and Merchant... », art. cit. ; Christopher CLARK, « The roots of Rural Capitalism... », art. cit.

« They [the merchants] were economic and cultural innovators, the central agents of social transformation in their communities. They represented the human link to the wider world of export and exchange, the main conduit for commodities, credit and consumer goods. Thus, they had considerable influence on the emergence of new consumption patterns and market oriented activities among their neighbours³. »

Dans cette perspective, les magasins aisément reliés à des centres urbains auraient dû proposer à leur clientèle une gamme de produits étrangers à la région plus précocement que ceux distants des grands centres marchands. De plus, on pourrait s'attendre à ce que ces produits prennent une importance croissante dans l'inventaire du marchand, l'industrialisation mettant au XIX^e siècle un nombre et une gamme de plus en plus grands de produits sur le marché, à des prix qui à long terme étaient à la baisse.

Nous pouvons tester cette hypothèse à partir de l'étude de livres de comptes de magasins généraux. Le magasin général était un établissement de commerce rural qui cherchait à offrir à sa clientèle toutes les denrées ou marchandises dont elle pouvait avoir besoin. Les magasins retenus sont situés au Nouveau-Brunswick (St-Basile et Edmundston) et à St-André Est (au nord-ouest de Montréal), au milieu du XIX^e siècle. Les distributions des biens de consommation vendus dans les quatre magasins s'avèrent plus proches les unes des autres qu'on ne l'aurait prévu. Au milieu du XIX^e siècle, les ruraux même éloignés des grands centres comme Montréal n'étaient plus réduits aux biens produits localement, et à une gamme très restreinte de produits extérieurs. Ils faisaient partie de la société de consommation presque au même titre que leurs compatriotes mieux situés.

Les dates retenues ont été dictées par les sources. Les livres brouillard de Dewar et Hopkins à St-André couvrent la période qui court de septembre 1834 à août 1836, janvier 1837 à décembre 1842, juin 1851 à novembre 1852 et 1857. Le magasin Dufour nous est connu par un grand livre allant de la mi-1844 à 1848⁴. John Costello et John Emmerson, marchands à Edmundston nous ont laissé chacun un inventaire après décès datant des années 1860.

Quatre magasins et leur clientèle

Le magasin de St-Basile était tenu par les frères Abraham et Simon Dufour, dont le grand père s'était établi dans la région après avoir épousé la fille de l'un des meuniers. Le père d'Abraham et de Simon avait aussi été meunier. St-Basile, au Nouveau-Brunswick, était situé au centre d'une vallée dont l'économie reposait à la fois sur l'agriculture et sur l'exploitation forestière. Les chantiers fournissaient un important débouché aux fermiers. La vallée était coupée en deux le long de la rivière St-Jean par la frontière entre les États-Unis et l'Amérique du Nord britannique depuis 1842. Les résidents, qui utilisaient la rivière comme principale voie de communication ne

³ Gregory NOBLES, « The rise of the Merchants ... », art. cit. : « Ils [les marchands] encourageaient les innovations économiques et culturelles, et étaient les moteurs des transformations sociales de leur communauté. Ils constituaient le lien humain avec l'univers plus vaste des exportations et des échanges, l'avenue principale pour l'entrée des marchandises, du crédit et des biens de consommation. De ce fait, ils exerçaient une influence considérable sur l'apparition de nouvelles formes de consommation, et d'activités de marché parmi leurs voisins. »

⁴ Les livres de Dewar et Hopkins sont au Musée d'Argenteuil, Carillon, QC; une copie du livre Dufour se trouve aux Archives Acadiennes, Université du Maine à Fort Kent, Fort Kent, Me ; les inventaires sont aux Archives provinciales du Nouveau-Brunswick, à Fredericton.

prêtaient pas plus attention à cette frontière qu'à celle entre deux paroisses⁵. Les deux frères possédaient des fermes et organisaient aussi l'acheminement du fourrage et de l'avoine que les chantiers forestiers achetaient directement aux fermiers. Les deux frères reprirent le magasin, situé sur le parvis de l'église de St-Basile, en 1844. Le magasin existait déjà en 1831, et appartenait alors au fils d'un autre meunier. En 1848, toutefois, le livre de comptes n'enregistre plus que des règlements de comptes en souffrance. Le marché des produits forestiers s'était effondré, et les prix du fourrage et de l'avoine (la principale production commerciale de la région) chutèrent en conséquence. Les clients ne pouvaient plus régler leurs comptes, ce qui amena les Dufour à les poursuivre en justice. Eux-mêmes furent attaqués devant les tribunaux par leurs fournisseurs et par leur commis auxquels ils devaient un peu plus de \$400, montant de ses appointements de l'année⁶. Les comptes encore en souffrance à la fin de l'année furent transférés à un M. Vinal de Bangor, dans le sud de l'État du Maine. Le magasin Dufour n'était pas le seul de la région. Vers 1845, John Emmerson en ouvrit un à quelques kilomètres à l'Ouest, à Edmundston, à la jonction du St-Jean et de la rivière Madawaska qui prolonge le "Grand Portage" vers Rivière du Loup. Le magasin Emmerson, lui, survécut à la crise ; Emmerson s'imposa rapidement comme le principal grossiste-détaillant de la région, et à son décès, en 1867, le magasin fut repris par ses fils, William et Thomas. Nous disposons d'un inventaire très détaillé du contenu du magasin en 1867, que l'on peut comparer avec l'inventaire d'un autre magasin d'Edmundston, celui de John Costello qui décéda en 1863.

Le magasin Dewar et Hopkins était situé à St-André Est, à une cinquantaine de kilomètres au nord-ouest de Montréal, sur la rive gauche de la rivière des Outaouais. En 1834, Duncan Dewar, jusque-là commis chez le marchand Guy Richard, racheta le magasin de son employeur, en association avec le neveu de ce dernier, Richard Hopkins. En 1850, Duncan Dewar construisit une tannerie à St-André, et peu après un moulin à broyer les écorces pour alimenter sa manufacture en tannin. Au milieu du siècle, il y avait, selon l'historien local B.A.Wales, 13 marchands à St-André, plusieurs moulins à farine et scieries et trois tanneries dont celle de Dewar. St-André était un des deux villages de l'ancienne seigneurie d'Argenteuil⁷. Dès 1842, la moitié des chefs de famille ne vivaient plus de l'agriculture. La clientèle du magasin, toutefois, ne se limitait pas aux villageois ; le magasin attirait aussi des clients de la partie rurale de l'ancienne seigneurie, et du canton de Chatham immédiatement à l'Ouest. Ce dernier était encore agricole. St-André avait accès à la rivière des Outaouais par l'intermédiaire de la Rivière Rouge, et par là, après l'ouverture du canal Lachine, à Montréal. Le premier service de vapeur reliant la seigneurie avec Lachine date de 1826.

La clientèle des deux magasins allait de 290 à presque 500, et celle de Dewar et Hopkins était en augmentation. Tous les clients n'effectuaient toutefois pas des achats pendant l'année ; certains n'apparaissent que parce qu'ils effectuent des paiements, ou empruntent de l'argent. Le nombre d'acheteurs s'échelonnait entre 207

⁵ Béatrice CRAIG, « Le développement agricole dans la haute vallée de la rivière St-Jean en 1860 », *Journal of the Canadian Historical Association*, 1992, pp. 13-26 ; Béatrice CRAIG, « Agriculture in a pioneer region, the Upper St John Valley in the first half of the nineteenth century », in Kris Inwood, (ed.), *Farm, Family and Fortune, New Studies in the economic History of the Maritimes*, Fredericton, Acadiensis Press, 1993, pp.17-36.

⁶ Houlton, Maine, Houlton district court, 1847-1849.

chez Dewar et Hopkins en 1834 et 388 chez les mêmes en 1857 (voir tableau 1). Les livres doivent leur existence au fait que les clients des magasins du XIX^e siècle ne payaient pas nécessairement leurs achats au moment où ils les effectuaient. Il était pratique courante de faire porter ses achats à son compte ; les paiements s'échelonnaient de même au long de l'année, quand le client avait de l'argent, ou des produits que le marchand était disposé à accepter en paiement. À intervalles plus ou moins réguliers, on faisait les comptes : le marchand totalisait les achats et paiements et calculait la différence. Les transactions inscrites dans les livres ne constituent pas cependant la totalité des achats d'un individu ou d'une famille. En premier lieu, les achats pouvaient être payés totalement ou en partie comptant, ou portés au compte. Il n'y a aucun moyen de savoir quelle proportion des achats était payée comptant. En second lieu, il est à peu près certain que les clients ne se limitaient pas à un seul magasin. Les livres de comptes nous permettent donc de détecter l'arrivée de certains produits sur les marchés, mais sont un outil très imparfait pour juger de leur popularité.

Tableau 1				
Clientèle des deux magasins				
	Dewar et Hopkins			Dufour
	1834	1840	1857	1846
Nombre de mois	4	12	12	12
Nombre de clients avec achats portés en compte	207	381	388	252
Valeur totale des achats portés en compte en \$	1982	4242	3313	1795
Moyenne achats par client	9.6	11.1	8.5	7.1

Le tableau 1 montre que la valeur des achats portés en compte chez Dewar et Hopkins déclina entre 1840 et 1857, et le tableau 2 que ce déclin affecta surtout les gros clients. Il coïncide avec celui de l'importance du numéraire dans les paiements (35% au lieu de 54% en 1840 et 73% en 1835). La proportion de clients réglant leur compte en liquide (mais non au comptant) passa également de 77% en 1835 à 45% en 1857. La baisse de la valeur des achats portés en compte peut donc refléter une diminution réelle du volume des achats, et pas seulement une diminution des achats à crédit⁸.

Tableau 2	

⁷ B. A. WALES, *Memories of Old St Andrew and Historical Sketches of the Seignior of Argenteuil*, Lachute, QC., 1934.

⁸ Béatrice CRAIG, « Régler les comptes : Les formes de paiements dans les magasins généraux de l'est du Canada au milieu du XIX^e siècle », *Journal of the Canadian Historical Society/Revue de la Société Historique du Canada*, 13, 2003, 23-48.

Valeur des achats mis en compte			
	Dewar et Hopkins		Dufour
	1840	1857	1846
Moyenne par client, en \$	11.1	8.53	7.1
Valeur médiane, en \$	3.95	2.64	3.95
Valeur moyenne, premier quartile	.68	.34	.97
Valeur moyenne, deuxième quartile	2.35	1.58	2.83
Valeur moyenne, troisième quartile	7.01	5.17	6.25
Valeur moyenne, quatrième quartile	34.49	27.07	18.58

Les marchandises

Qu'achetait-on dans les deux régions? J'ai regroupé les différents produits en 22 catégories (voir annexe I). J'ai calculé pour chaque année la proportion de la valeur totale des achats représentée par chaque catégorie, ainsi que la proportion de clients qui achetaient un produit dans une catégorie au moins une fois (voir tableaux 3 et 4).

Tableau 3								
Distribution des achats par catégories en terme de pourcentages de la valeur totale								
	Dewar et Hopkins						Dufour	
	1834		1840		1857		1846	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
Instruments agricoles	27.84	1.4	78.8	1.9	--	--	3.46	.2
Matériaux de construction	27.23	1.4	27.18	.6	68.57	2.1	50.21	2.8
Vêtements et accessoires	129.89	6.6	408.82	9.6	405.47	12.2	162.67	9.1
Culture	14.50	.7	43.34	1.0	32.71	1.0	14.30	.8
Etoffes	676.37	34.3	1281.79	30.2	680.9	20.6	350.82	19.5
Engrais	7.86	.4	8.87	.2	--	--	--	--
Aliments	294.77	14.9	880.17	20.8	784.84	23.7	307.81	17.1
Quincaillerie	19.20	1.0	22.91	.5	28.56	.9	18.66	1.0
Outils manuels	80.85	4.1	107.13	2.5	98.14	3.0	90.20	5.0
Chevaux (accessoires)	26.36	1.3	26.4	.6	74.97	2.3	79.37	4.4
Ménage	130.46	6.6	339.63	8.0	283.59	8.6	72.63	4.0
Chasse et pêche	7.31	.4	16.22	.4	26.84	.8	11.96	.7

Hygiène	22.16	1.1	39.5	.9	47.46	1.4	13.11	.7
Métal	242.38	12.3	137.01	3.2	--	--	65.06	3.6
Cuir	--	--	78.33	1.8	620.9	18.7	15.70	.9
Entretien	77.09	3.9	142.12	3.4	99.02	3.0	170.62	9.5
Médicaments	2.14	.1	12.39	.3	37.2	1.1	18.15	1.0
Divers	63.05	3.2	197.65	5.0	168.73	5.1	103.99	5.8
Mercerie	72.22	3.7	131.24	3.1	118.27	3.6	66.37	3.7
Semences	--	--	74.42	1.8	--	--	0.6	--
Production textile	31.83	1.6	111.53	2.6	81.14	2.4	87.38	4.9
Tabac	28.86	1.5	65.09	1.5	60.87	1.8	91.07	5.1
Total	1982.40	100	4241.70	100	3313.18	100	1794.95	100

Tableau 4				
Proportion de la clientèle achetant une catégorie de marchandise donnée				
	Dewar et Hopkins			Dufour
	1834	1840	1857	1846
	%	%	%	%
Instruments agricoles	3.3	11	--	1.2
Matériaux de construction	14.8	7	6	11
Vêtements et accessoires	41.0	44	47	37
Culture	26.2	21	13	17
Etoffes	57.6	54	40	55
Engrais	11.4	5	--	--
Aliments	56.2	55	50	42
Quincaillerie	18.6	10	10	12
Outils manuels	24.8	24	17	28
Chevaux (accessoires)	3.3	12	10	11
Ménage	52.4	44	35	31
Chasse et pêche	3.8	8	10	13
Hygiène	25.7	20	19	17
Métal	11.4	7	--	20
Cuir	--	7	27	12
Entretien	36.2	33	26	50
Médicaments	4.3	10	19	15

Divers	23.3	25	33	28
Mercerie	46.6	43	33	52
Semences	--	15	--	--
Production textile	22.4	19	23	31
Tabac	30	30	21	50

Au niveau des catégories, il n'y a pas de grandes variations dans le temps et dans l'espace. En termes de valeur, les mêmes catégories arrivent en tête : étoffes, nourriture, et chez Dewar et Hopkins, vêtements et chaussures. Chez ces derniers, la catégorie « étoffes » diminue au fur et à mesure que la catégorie vêtements augmente. Globalement, les deux catégories sont toutefois en déclin. Chez Dufour, elles restent importantes, mais bien moins que chez Dewar et Hopkins. En revanche, les Dufour vendent proportionnellement plus de matière pour fabriquer ou finir des textiles (coton de chaîne, teintures). À première vue, ceci semblerait suggérer que l'étoffe du magasin remplaçait celle faite « maison », et les vêtements tout faits ceux confectionnés à domicile. Or, il n'en est rien. Chez Dufour, plus les clients achètent du coton à tisser, plus ils achètent d'étoffe⁹. Chez Dewar et Hopkins, les vêtements tout faits représentent une part minime de la catégorie « vêtements » qui, en 1840, est surtout représentée par des chaussures, des chapeaux de paille, des bonnets, des bas, des mouchoirs et beaucoup de châles très variés. Chez Dufour, les chaussures et mouchoirs représentent la presque totalité de cette catégorie. Il semblerait donc que les clients ajoutaient les produits des magasins à la production domestique avant qu'elle lui soit substituée.

La nourriture se composait surtout d'épices, de boissons caféinées (thé, café, chocolat), et de quelques produits de base : farine, sucre, pommes, poisson. Comme nous le verrons ultérieurement, la composition de cette catégorie n'était pas uniforme dans l'espace. Et, surprise, les clients des Dufour, qui étaient presque tous des fermiers, achetaient plus de nourriture que ceux de Dewar et Hopkins, alors qu'ils incluaient une forte proportion de villageois. Les clients des Dufour achetaient plus d'outils à main et plus de matériaux pour l'entretien des bâtiments (allant des clous à la peinture), probablement parce qu'ils avaient plus de bâtiments à entretenir, étant presque tous fermiers.

Les articles vendus par le magasin de St-André évoluent aussi dans le temps. Dewar et Hopkins cessent de vendre du fer à partir de 1840 (vraisemblablement remplacés par un forgeron du village). En 1857, ils ne vendent plus de châles, de bas ou de chapeaux de paille. Les chaussures représentent presque tous les achats vestimentaires. La vaisselle, la coutellerie et les batteries de cuisine ont aussi à peu près disparu. L'importance accrue des ventes de chaussures est à mettre en parallèle avec deux autres phénomènes. Les peaux prennent une place de plus en plus importante dans les modes de paiement (20% des clients apportent des peaux brutes en paiement en 1857, presque aucun en 1834 et 1835). Dewar et Hopkins vendent également de plus en plus de cuir. En 1834, les

quantités étaient trop faibles pour justifier une catégorie séparée. En 1857, il représente près de 17% des achats portés sur le compte. Il semble donc que Dewar et Hopkins vendent plus de chaussures parce que l'un de leurs partenaires fabrique du cuir. Le magasin a amorcé un début de spécialisation après le milieu du siècle : épicerie, textiles, petite quincaillerie et petits outils, cuirs et produits en cuir représentent la très grande majorité des achats. D'autres magasins locaux ont donc dû amorcer eux aussi une spécialisation, dans la vente des marchandises maintenant négligées par Dewar et Hopkins.

Qui achetait quoi ? Presque aucune catégorie d'articles n'était achetée par la majorité des clients, ce qui montre bien soit que les clients répartissaient leurs achats entre plusieurs magasins, soit qu'ils payaient une partie de leurs achats comptant, soit les deux. Il n'est pas très surprenant de découvrir que les vêtements, les étoffes, les aliments, les outils, les articles de ménage et d'entretien des bâtiments et la mercerie sont les articles achetés par le plus grand nombre, puisqu'il s'agit là d'articles utilitaires et souvent indispensables. Les achats de tabac, par contre, ne sont pas universels, loin de là, et ils restent relativement peu fréquents à St-André, où il est cultivé. Néanmoins, à St-Basile, où on ne le cultive pas, il n'est acheté que par la moitié des clients. Or, on pourrait s'attendre à ce qu'au cours de l'année un client ait au moins une fois l'occasion d'acheter une « torquette » de tabac dans un magasin quelconque ; les fumeurs ne s'approvisionnent pas en tabac seulement une ou deux fois par an. Il faut peut-être en conclure que tous les hommes ne fumaient pas au XIX^e siècle. Les articles pour la chasse et la pêche (hameçons, cannes à pêche, poudre et plombs) sont demandés par une petite minorité. Ce qui se rapporte à l'agriculture est également rarement acheté (sauf les faux, les houes et les pelles qui sont classées avec les outils manuels). Les médicaments, en revanche, sont en quantité croissante chez Dewar et Hopkins. Ils sont toutefois de faible valeur.

Il y a aussi fort peu de différence entre les clients qui portent beaucoup en compte et les autres. Si on ventile la clientèle entre ceux qui dépensaient \$10 ou plus et les autres, on décèle peu d'écarts dans la distribution en terme de fréquence des achats. Naturellement, les gros clients achètent plus souvent de presque tout et donc une plus grande variété de produits de chaque catégorie, mais c'est à peu près la seule véritable différence.

Comparaisons et indices d'une évolution

C'est dans le détail des différentes catégories, plus que dans les statistiques, qu'apparaissent les variations dans le temps et dans l'espace. Les articles vestimentaires débités par Dewar et Hopkins en 1834 et 1840 sont introuvables chez Dufour en 1846, à l'exception des chaussures, bretelles et mouchoirs. Par contre, on les trouve dans les inventaires des deux marchands d'Edmundston dans les années 1860. Chez Dufour, on trouve des mocassins (fabriqués par des Amérindiennes locales) et des « souliers de bœuf » bon marché (60 cents la paire) et qui semblent avoir été fabriqués avec des cuirs domestiques, en complément des « souliers français » et des « bottes américaines » à \$4 la paire. Dewar et Hopkins semblent ne vendre que des chaussures confectionnées par des

⁹ Béatrice CRAIG et Judith RYGIEL, « Femmes, marchés et production textile au Nouveau Brunswick au cours du XIX^e siècle », *Histoire* ❧

professionnels. Costello et surtout Emerson avaient toute la gamme de ces articles en magasin, et en outre, des raquettes, elles aussi confectionnées par les Amérindiennes de St-Basile.

Les Dufour, comme Dewar et Hopkins jusqu'en 1840, vendent vaisselle, coutellerie, batteries de cuisine ; ces articles et la verrerie sont également représentés dans les deux inventaires qui incluent des tasses et sous-tasses, des bouilloires et des pots à thé, bon marché en fer blanc, ou plus coûteux et plus nombreux, en céramique. Les pots à café sont en revanche très rares. L'information ne permet pas de juger de la qualité ou du style de ces produits. En 1840, Dewar et Hopkins vendaient de la literie : édredons, courtelaines et couvertures, de la chandelle, de la mèche à chandelle et de l'huile de lampe en quantités significatives. Aucun de ces articles n'apparaît dans le livre Dufour, sauf la mèche à chandelles. En revanche, ils sont inventoriés à Edmundston dans les années 1860. Les articles que l'on pourrait qualifier de « luxe » : chandeliers de cuivre, miroirs, sont extrêmement rares chez Dewar et Hopkins et Dufour. Les horloges, tapis, rideaux n'apparaissent pas, mais en 1857, Dewar et Hopkins vendent une étoffe appelée étoffe à rideaux. Ces articles sont beaucoup plus nombreux à Edmundston. L'inventaire de Costello énumère 2 pièces de 40 verges de tapis (à des prix différents) et des clous à tapis pour permettre de le fixer au plancher ; 88 rouleaux de papier peint ; une pièce de tissu à nappes ; 10 poignées de stores (*window blind curtain pulls*) et quelques chandeliers de cuivre. On retrouve les mêmes types d'articles chez Emerson. La consommation de produits « de confort » s'étend donc dans l'espace entre les années 1840 et 1860.

Les étoffes représentent la majeure partie des achats portés en compte ; dans les deux régions, la majorité des achats de tissus sont des achats de cotonnades, en termes de fréquence et de valeur, et ce en dépit du fait que le coton soit le tissu le meilleur marché. On retrouve les mêmes cotons dans les deux régions : les indiennes, les cotons rayés, « carreaux », imprimés arrivent en tête. À St-André, on achetait moins d'étoffe de laine que chez Dufour (26% de la valeur des achats d'étoffe contre 48%), malgré le fait que l'on confectionnait de l'étoffe à la maison au Nouveau-Brunswick. Dewar et Hopkins, en retour, offraient une plus grande variété de lainages que les Dufour, et l'on retrouve cette diversité plus tard chez Costello et Emerson : « cloth », « pilot cloth », mérinos, tissus écossais, Orléans. Le textile « de luxe » apparaît en premier lieu à St-André, représenté par les soieries (surtout le « Gros de Naples »), et le lin importé (Hollande, Osnabrück, « Irish linen », « fine table linen ») ou domestique. En 1857, le magasin vend du cachemire noir, à \$2.40 et \$3.20 la verge. Étant donné qu'un journalier gagnait alors 50 cents par jour, il s'agissait d'un produit de très haute gamme. Il est acheté par des Canadiens français. Les Dufour ne vendaient pas de lin, et il n'apparaît pas en quantités dignes d'intérêt dans les inventaires. Mais la vallée du St-Jean était productrice de lin. Les Dufour ne vendaient pas non plus de soie, mais le Gros de Naples est disponible chez Costello et Emerson. Le cachemire n'a pas encore fait son entrée au St-Jean en 1867.

On trouve plus de différence dans le temps et l'espace en ce qui concerne les achats alimentaires. À St-André, un tiers des clients achètent du pain, introuvable chez Dufour ou dans les magasins d'Edmundston. Mais

chez Dufour et à Edmundston, on trouve de la farine (du Bas et du Haut-Canada). Dewar et Hopkins vendent des pommes : Emmerson les introduit dans son magasin au début des années 1860. Les 2/3 des clients de Dewar et Hopkins achètent du sucre, probablement de canne. Dufour vend très peu de sucre : la région est productrice de sucre d'érable. L'inventaire d'Emmerson énumère, en revanche, plus de 2 000 livres de sucre d'érable. Les Néo-Brunswickois achètent du riz, que les habitants de St-André ignorent. Le magasin de St-André détient plusieurs variétés de thé, un peu de café, pas de chocolat. Chez Dufour, le café est introuvable ; quatre clients achètent du chocolat et 33 du thé. Dans les années 1860, néanmoins, les Néo-brunswickois ont pris l'habitude du thé ; non seulement on en trouve dans les inventaires, mais on détecte également des pots à thé, des bouilloires (appelées *tea kettle*) et des tasses, sous-tasses et cuillères dites « cuillères à thé ». La production locale et les goûts de la clientèle déterminent donc les aliments que les marchands mettent en vente. Ceci ne les empêche pas d'introduire de nouveaux produits, de faible valeur, mais pour lesquels ils pensent qu'il y aura une demande. Le « saleratus », ancêtre de la poudre à lever est en vente chez Dewar et Hopkins dès 1840, et apparaît timidement chez Dufour (16 clients). Emmerson, lui, en avait 385 livres en magasin à son décès ! Emmerson met en vente des biscuits de marin dès l'ouverture de son magasin en 1845¹⁰. Dewar et Hopkins fournissent également quelques produits ayant une marque commerciale : des biscuits en boîte par exemple, en 1840.

Les années 1860 marquent aussi l'apparition de toute une gamme d'articles moins utilitaires et généralement peu coûteux à Edmondston, que l'on ne retrouvait pas nécessairement à St-André en 1840 : baleines de corset, cerceaux pour jupes (mais les jupes à cerceaux n'étaient pas encore à la mode en 1840), carcasses de bonnets, chapeaux de castor, cravates, cols en papier (à 8, 10 et 18 cents la douzaine), lunettes, rasoirs et boîtes à raser, résilles à cheveux, brillantine, savonnettes parfumées, fers à repasser, cartes à jouer, et cigares (380 dans l'inventaire Emmerson). Les magasins commencent à prendre des airs de bazars au lieu d'être simplement des dépôts de marchandises.

Mise en perspective

Les quatre magasins ne se démarquent pas des modèles proposés par d'autres historiens qui ont étudié les magasins du Bas-Canada au XVIII^e siècle, et du Haut-Canada avant la Confédération. À St-Hyacinthe, au XVIII^e siècle, étoffes et aliments représentaient déjà les deux principales catégories d'achats (27 et 18%). Les tissus étaient très variés, mais dominés par les étoffes de laine (la moitié de la valeur des étoffes). Mouchoirs et chaussures venaient en tête des achats vestimentaires. Desrosiers notait également que les comportements des petits ou gros acheteurs étaient semblables. Les deux groupes achetaient les mêmes marchandises, et celles-ci représentaient plus ou moins la même proportion de la totalité de leurs achats. Seules les quantités différenciaient les deux catégories de clients¹¹.

¹⁰ Selon son livre de commandes reçues.

¹¹ Claude DESROSIERS, « La clientèle d'un marchand général en milieu rural à la fin du XVIII^e siècle : analyse des comportements de consommation », in François LEBRUN et Normand SEGUIN, (dir.), *Société villageoises et rapports villes-campagnes au Québec et dans la France de*

En 1861, dans les magasins du Haut-Canada étudiés par Douglas McCalla, ce sont toujours les mêmes catégories qui sont en tête : aliments et textiles. L'ordre est toutefois inversé par rapport au XVIII^e siècle, et par rapport à St-André et au Nouveau-Brunswick. Dans les huit magasins haut-canadiens étudiés, et qui sont répartis à travers la province, les aliments représentent entre 20 et 40% des achats, et les textiles entre 12 et 26%. McCalla note lui aussi une certaine spécialisation; certaines catégories d'articles sont absentes de certains magasins, mais très bien représentées dans d'autres. Comme à St-André et au Nouveau-Brunswick, la majorité des étoffes sont des tissus de coton, et la liste de celles qui sont disponibles au Haut-Canada est identique à celle offerte par nos magasins, et elle est aussi variée. Les différences sont minimales ; le tweed par exemple, offert dans les magasins haut-canadiens n'est mentionné ni à St-André, ni au Nouveau-Brunswick. Comme dans nos deux régions, les articles vestimentaires étaient dominés par les mêmes articles : mouchoirs, chapeaux, chaussettes, bretelles, gants¹².

Les magasins de St-André et du Nouveau-Brunswick représentent donc des facettes normales de l'évolution du commerce de détail dans les campagnes de l'Amérique du nord britannique. Le rôle de ces magasins était double. D'abord procurer aux clients des objets manufacturés indispensables ou fort utiles: vaisselle, coutellerie, batterie de cuisine, outils, fils, aiguilles et épingles, peinture, verre à vitre et mastic, etc... Même des articles comme les lampes à huile lampante et les pots de chambre, qui ne sont pas nécessaires au sens le plus strict du terme, étaient d'une indéniable utilité. Les ménages auraient pu éviter une partie de ces dépenses, en utilisant des objets faits « maison » : écuelles de bois, cuillères de corne par exemple, mais au prix de beaucoup d'heures de travail.

En second lieu, les magasins fournissaient à leurs clients des articles qui étaient des suppléments à leur propre production, et que l'on pouvait donc cesser d'acheter pendant une mauvaise année. Les ménages couvraient leurs besoins alimentaires par leurs propres moyens ou par le biais d'échanges avec les voisins. Ils confectionnaient eux-mêmes leurs vêtements, ou payaient une personne du village pour le faire, même s'ils achetaient la matière première au magasin. Le magasin, néanmoins, leur permettait d'améliorer leur confort domestique (tapis par exemple), de rompre la monotonie alimentaire ou vestimentaire (épices, mais aussi morue et boissons chaudes ; chapeaux de paille et châles), voire de suivre la mode quand l'envie leur en prenait (cerceaux pour jupes ; cols durs de papier). La variété semblait plus prisée que l'ostentation. Ce qui frappe dans les textiles par exemple, c'est l'augmentation de la variété de ceux qui étaient peu coûteux, et non la proportion croissante des achats d'étoffes de luxe. La cliente préférait deux robes d'indienne à une robe de soie. Un phénomène semblable affecte les articles de ménage au Nouveau-Brunswick. On passe d'une gamme relativement restreinte d'articles peu coûteux en 1840,

l'Ouest XVII^e-XX^e siècles, Trois Rivières, 1987, pp. 151-158 ; Claude DESROSIERS, « Un aperçu des habitudes de consommation de la clientèle de Joseph Cartier, marchand général à St-Hyacinthe à la fin du XVIII^e siècle » *Communications historiques/Historical Papers*, 1984, pp. 91-110.

¹² Douglas MCCALLA, « The needs of Farm Households: Farm Families' purchases from two Upper Canadian stores in 1861 » in Serge COURVILLE et Normand SÉGUIN, (dir.), *Espace et culture/Space and culture*, Sainte Foy, QC, Presses de l'Université Laval, 1995, pp. 355-367 ; Douglas MCCALLA, « Retailing in the countryside: Upper Canadian General Stores in the Mid-Nineteenth century » *Business and economic History*, 26, Winter 1997, pp. 393-403 ; Douglas MCCALLA, « Textile Purchases by Some Ordinary Upper Canadians, 1808-1861 » , présentation au congrès de la société historique du Canada, 2000.

à une plus grande variété d'objets de différentes valeurs en 1863-67. Mais, même en 1867, on ne trouve pas de vaisselle ou coutellerie très chère à Edmundston. Ce n'est pas parce que ces objets n'étaient pas disponibles ; le fournisseur de coutellerie de John Emmerson, un marchand de St John, faisait de la publicité dans l'annuaire de commerce de la ville, où il informait la clientèle qu'il avait en magasin de l'argenterie (en plaqué argent) et d'autres articles de luxe. Les nouveaux produits qui font leur apparition chez Dewar et Hopkins en 1840 et à Edmundston un quart de siècle plus tard frappent également plus par leur faible valeur que par leur caractère ostentatoire.

Nos magasins montrent donc que centre et périphéries étaient également bien intégrés dans des réseaux de distribution des marchandises courantes dès les années 1840. Les nouvelles marchandises et les produits plus luxueux, par contre, étaient d'abord mis à la disposition d'une clientèle urbaine ou péri-urbaine avant d'être offerts aux ruraux plus éloignés. Cependant, c'étaient les mêmes types de marchandises que l'on offrait aux clientèles périphériques. Pour elles, comme pour les clientèles géographiquement mieux situées, la société de consommation commençait par de petites fantaisies semi-utiles que l'on se refusait d'autant moins facilement qu'elles étaient bon marché : bas de coton, peignes en ivoire ou en corne, pots à thé en céramique, bougeoirs de cuivre ou savonnettes parfumées. Par ces achats peu coûteux, populations péri-urbaines ou rurales prenaient l'habitude de se procurer au magasin des objets de fabrication industrielle, ou des denrées produites à l'extérieur de la région.

Le marchand rural était donc bel et bien une porte d'entrée dans les campagnes pour les produits du capitalisme industriel. Les clients n'étaient toutefois pas passifs face au phénomène. Ils auraient pu choisir d'acheter, rarement, des objets coûteux et ostentatoires destinés au paraître ; ou bien, ils auraient pu préférer les achats-investissements en produits durables. Ils firent un troisième choix : celui de devenir des *consommateurs*, acquérant des objets peu durables, mais relativement bon marché.

Appendice I

	Catégorie	Objets ou produits
1	Instruments aratoires	Socs de charrue, faux.
2	Matériaux de construction	Bardeaux, pannes de verre, etc...
3	Vêtements et accessoires	Chapeaux, bonnets, chaussures, bretelles, vêtements tous faits, etc...
4	Culture	Papier, encre, livres, manuels scolaires, almanachs, Bibles, cordes de violons, etc...
5	Etoffes	Manufacturées ou de fabrication domestique

6	Engrais	
7	Aliments	Inclus épices et boissons (thé, café, etc...)
8	Quincaillerie	Charnières, serrures, etc...
9	Outils manuels	Marteaux, scies, rabots, etc...
10	Chevaux	Clous à chevaux, étrilles, fouets, grelots, etc...
11	Ménage	Tout ce qui se rapporte au ménage et à l'entretien : vaisselle, chandelles, éclairage, etc...
12	Chasse et pêche	Cannes à pêche, hameçons, poudre, plombs
13	Hygiène	Surtout savon et peignes
14	Métal	En barre, feuille, lingot, etc..(Matière première)
15	Cuir	Matière première et produit fini
16	Entretien des bâtiments	Peinture, huile de lin, térébenthine, clous, vis, etc...
17	Médicaments	
18	Mercerie	fil, aiguilles, épingles, boutons, lacets, dentelles, rubans, etc...
19	Semences	
20	Production textile	fil à tricoter ou à tisser, teinture pour textile
21	Tabac	
22	Autres	Illisible, mystérieux ou ne rentrant dans aucune autre catégorie