

Luc Noppen
Lucie K. Morisset

Au cœur de la ville marchande

Place-Royale

*La valorisation architecturale
de la fonction commerciale*



**Société
de développement
des entreprises
culturelles**

Québec



Luc Noppen
Lucie K. Morisset

Au cœur de la ville marchande Place-Royale

*La valorisation architecturale
de la fonction commerciale*

**Société
de développement
des entreprises
culturelles**

Québec 

Textes et recherche

Luc Noppen et Lucie K. Morisset

Professeurs, UQAM

Chargé de projet

Benoît-Pierre Bertrand

Direction générale

de la capitale nationale – SODEC

Les cahiers de la SODEC

215, rue Saint-Jacques, bureau 800

Montréal (Québec)

H2Y 1M6

www.sodec.gouv.qc.ca

Direction de la présente publication : René Bouchard,

Direction générale de la capitale nationale – SODEC

Édition : Nancy Bélanger, Direction des communications – SODEC

Révision linguistique : Micheline Giroux-Aubin

Conception graphique : Archithème

Production : SODEC

ISBN 2-550-41567-1

N° 03-07-P

Dépôt légal 2003

Bibliothèque nationale du Québec

L iminaire

L'engagement de la Société de développement des entreprises culturelles du Québec en matière de patrimoine immobilier concorde avec sa mission de développement de la culture québécoise. Comme pour les autres secteurs d'activités où elle est présente, la Société aborde la gestion du patrimoine immobilier à la fois dans ses dimensions culturelle et économique, afin de tracer une perspective propice au plein épanouissement des biens à développer.

Le rapport d'expertise que nous avons demandé aux historiens d'architecture, Luc Noppen et Lucie K. Morisset, et que nous rendons public aujourd'hui, s'inscrit dans la poursuite du Plan de développement de Place-Royale, élaboré par la SODEC, en collaboration avec la Commission de Place-Royale. Cette réflexion sur la valorisation architecturale de la fonction commerciale à Place-Royale représente un document de première main, qui confirme le caractère unique de Place-Royale et jette sur sa mise en valeur un éclairage nouveau, original et enrichissant.

Septembre 2003

René Bouchard

Directeur général

Direction générale de la capitale nationale – SODEC

A vant-propos

En avril 2002, nous avons remis à la Société de développement des entreprises culturelles un rapport sur la valorisation architecturale de la fonction commerciale à Place-Royale. L'expertise qui en était l'objet a été présentée à la Commission de Place-Royale en juin de la même année, puis au ministère de la Culture et des Communications (Direction de la Capitale-Nationale), à la Commission des biens culturels et à la Commission d'urbanisme et de conservation de la Ville de Québec pendant l'automne, l'hiver et le printemps suivants.

C'est à l'occasion des présentations à la Commission d'urbanisme et de conservation de la Ville de Québec et au ministère de la Culture et des Communications qu'ont été soumis les critères de design dont l'expertise recommandait la définition, ainsi qu'un dessin de présentation illustrant l'implantation de nouvelles devantures commerciales réalisé par l'architecte Hélène Thibault, dont la SODEC a retenu les services à cette fin. Cette illustration de la valorisation architecturale de la fonction marchande à Place-Royale se trouve en annexe du présent ouvrage, qui présente le rapport d'expertise déposé il y a maintenant un an.

Septembre 2003

Luc Noppen et Lucie K. Morisset

Historiens d'architecture, les auteurs sont tous deux professeurs au Département d'études urbaines et touristiques de l'Université du Québec à Montréal, chercheurs au Centre interuniversitaire d'études sur les lettres, les arts et les traditions (CÉLAT) et chercheurs associés au Centre de recherche interuniversitaire sur la littérature et la culture québécoises (CRILQ). Les auteurs tiennent à remercier le Fonds FCAR (aujourd'hui FQRSC) et le CRSH pour l'appui soutenu à leurs travaux. La préparation de cet ouvrage résulte d'un mandat de la SODEC et s'inscrit dans le cadre des projets « L'idée de la ville en Nouvelle-France » (CRSH), « Les paysages de la représentation » (FCAR) et participe de la programmation scientifique de la Chaire de recherche du Canada en patrimoine urbain dont Luc Noppen est titulaire, à l'UQAM.

Table

- 3** Avant-propos

- 9** Le symbole et le lieu : Place-Royale aujourd'hui
- 10** Des places royales à Place-Royale
- 16** Place royale et place monumentale
- 18** Places royales et devantures commerciales
- 22** Les expressions françaises de la fonction marchande
- 31** La figure « à l'anglaise » de la fonction marchande
- 35** Propositions. Arrimer Place-Royale au troisième millénaire

- 41** Notes
- 42** Bibliographie
- 43** Annexe 1 : Critères de design proposés et illustration de l'implantation de nouvelles devantures commerciales à Place-Royale
- 47** Annexe 2 : Carte illustrant la répartition des interventions en fonction des critères de design proposés



1 et 2. Plan de développement de Place-Royale et Expertise architecturale sur les façades commerciales de Place-Royale.



3. Québec. Place-Royale.
(photo Marc Robitaille)

Dans son plan de développement « Place-Royale – Horizon 2008 », la SODEC a proposé de revaloriser Place-Royale en y favorisant, entre autres, une animation urbaine accrue [ill. 1]. Le 15 août 2001, l'architecte Hélène Thibault déposait auprès de l'organisme une *Expertise architecturale sur les façades commerciales de Place-Royale* [ill. 2], qui visait, dans cette voie, à évaluer les possibilités de transformation des devantures commerciales du lieu historique, où tous s'accordent au demeurant, historiens ou archéologues, à situer l'origine de la fonction marchande à Québec ; on y propose de nouvelles devantures commerciales, forgées d'après une documentation historique qui illustre la richesse des devantures commerciales de Québec, au XIX^e et au XX^e siècle, et l'existence de nombreuses devantures de ce type à Place-Royale, avant sa « restauration ».

Tous conviennent de ce que l'animation actuelle de Place-Royale n'est pas toujours très dense, inégalement distribuée dans le quartier et que le commerce à vocation récréo-touristique de haut de gamme n'y vit pas très bien, particulièrement hors des périodes de pointe de fréquentation touristique. De plus, les conditions qui régnaient à la basse-ville dans les années 1970 ont beaucoup évolué : le lieu autonome que les restaurateurs avaient imaginé à cette époque est aujourd'hui en prise directe avec des secteurs très animés, en développement : le quartier du « Petit Champlain », le Musée de la civilisation, le Vieux-Port, la place de la FAO, la rue Saint-Paul sont de ceux-là. De plus le quartier a été investi par des équipements hôteliers de premier plan et reçoit chaque année un nombre grandissant de croisiéristes.

Comme moteur du redéploiement de la basse-ville historique de Québec, Place-Royale a rempli sa mission, livré ses promesses. Mais, aujourd'hui, au vu de la pression qu'exerce l'animation observée en périphérie, il faut revoir le potentiel du lieu pour en optimiser les retombées économiques, mais aussi et surtout pour mieux adapter le symbole à la sensibilité de notre époque.

La solution simple – mais essentiellement fonctionnelle – à ce malaise serait d'adapter le cadre bâti du lieu, afin d'en améliorer l'offre récréo-touristique tout en répondant aux besoins des commerçants qui pourraient dès lors mettre en œuvre les moyens nécessaires à l'accroissement

de la fréquentation et de l'animation. Ainsi, les rez-de-chaussée de plusieurs bâtiments pourraient, en fonction de leur position sur le site, être réaménagés pour mieux clamer leur vocation commerciale. Cependant cette solution se heurte à la vision, partagée par certains, de la « place-musée », objet protégé en vertu de la Loi sur les biens culturels, dont les bâtiments restaurés ne devraient être altérés d'aucune manière, *a fortiori* sous le vœu d'une touristification mercantile dont on croit aisément qu'elle corromprait la pureté culturelle et les valeurs symboliques de l'ensemble.

Draper Place-Royale dans de nouveaux habits marchands pour asseoir sa meilleure fonctionnalité, dans le but d'optimiser le rendement sur l'investissement, corromprait sa fonction symbolique, sa mission de représentation nationale dans l'imaginaire collectif. Les « inventeurs » de Place-Royale, ceux qui ont porté le projet à travers les débats souvent houleux, avaient des intentions plus nobles, des motivations plus profondes. Place-Royale a été et doit rester un « haut-lieu » du Québec, un temps fort issu de la Révolution tranquille, épopée nationale qui a doté le Québec d'une identité forte.

Les débats sont donc importants. Entre la muséification espérée par les uns et l'affirmation de la vocation récréo-touristique et marchande réclamée par les autres, des enjeux sourds s'opposent. Mais les positions affirmées procèdent d'*a priori* qui fondent des lectures différenciées d'un objet matériel ; d'une part on présume que le potentiel récréo-touristique ne peut être servi que par des dispositifs connus et familiers – d'où le projet de reproduire des devantures qui existent ailleurs ou ont déjà existé sur place – et d'autre part on assume que la fonction symbolique du haut-lieu est très bien servie par l'existant, par le *statu quo*. Or, ces deux positions méritent d'être éclairées. En d'autres mots, il convient de revoir *ce qu'est* Place-Royale, *ce qu'elle n'est pas* et *ce qu'on souhaite qu'elle devienne*, avant d'y intervenir, que ce soit pour la modifier ou pour la figer au terme d'un chantier de trente années qui lui a conféré une personnalité – tous en conviennent – bien originale.



4 et 5. Québec. Place-Royale ; la place et la rue Saint-Pierre.
(Photos Luc Noppen)

Le symbole et le lieu : Place-Royale aujourd'hui

En arrière-plan des « solutions » qui s'opposent coexistent en fait deux visions de Place-Royale, symbolique pour les uns, historiquement sympathique pour les autres. Sans être nécessairement opposées, ces deux positions procèdent de lectures différentes du lieu.



6 et 7. Québec. Le secteur de Place-Royale, en 1964 et aujourd'hui.
(collection particulière et photo Pierre Lahoud)

Pour bon nombre de Québécois, Place-Royale, par-delà le fait qu'il s'agisse du site de prédilection de la « ville marchande » du Régime français, est le berceau des francophones d'Amérique ; restauré dans un état dit « d'origine », le lieu conforte le statut de capitale nationale

du Québec tout en accordant à la ville une importante valeur d'âge dans le paysage nord-américain. Pour ceux-là, la seule attitude possible à l'égard de Place-Royale est celle de la révérence envers un lieu majestueux, qu'il convient de préserver *stricto sensu* ; dans cette vision, qui fonctionne au niveau de l'image et de la représentation, les considérations fonctionnelles, l'achalandage par exemple, relèvent d'un débat accessoire qui ne doit surtout pas empiéter sur les considérations symboliques qui font l'essence du lieu. Ce vouloir monumental, commandé par une perception « politique » de Place-Royale, s'oppose, pourrait-on croire, à son utilisation mercantile.

Une autre partie de la population, cependant, vit Place-Royale comme un ensemble urbain intéressant, dont l'échelle agréable et la facture ancienne évoquent un autre âge, un passé ludique dont on peut, partant, s'imaginer les mœurs. Sous cette vision-théâtre d'un passé que la culture récréo-touristique transforme en jeu de rôles, Place-Royale devient spontanément le

décor de fêtes et d'activités qui, généralement, matérialisent l'idée latente de retrouver là un « vieux marché », espace de socialisation correspondant à l'appropriation pittoresque de l'histoire que permet aussi la figure de la place, ici ancienne plutôt que symbolique et festive plutôt que monumentale. Cette lecture populaire milite, bien sûr, en faveur de l'animation accrue du lieu.

Chacune de ses visions détient une image de Place-Royale : l'une est une place royale à la française, homogène et statique, l'autre est la place du marché d'une vieille ville, avec ses cafés et ses boutiques, animée et typique. Ces deux représentations de la place, évidemment, en appellent à des interventions d'entretien, de conservation, de valorisation ou d'actualisation bien différentes. Or, puisque Place-Royale a été largement reconstruite dans les années 1970, aucune de ces deux positions ne peut trouver en amont un ancrage matériel qui la justifierait ; de surcroît, Place-Royale n'a pas la figure grandiose et homogène des places royales françaises, non plus que le caractère pittoresque et animé d'une vieille place du marché qui satisferait à l'imaginaire populaire actuel.



8 et 9. Paris.
Place Dauphine, 1608.
(Photos Luc Noppen)



Des places royales à Place-Royale

Contrairement à ce qu'on croirait, toutefois, les places royales ne sont pas non plus statiques et figées ; et elles existent elles-mêmes en deux versions, bien différentes.

Une place royale est un lieu symbolique dévolu à la commémoration de la figure du roi, ce qui en exclut la fonction de marché et la présence de l'église¹. Cette définition de la place royale, dont la création est associée à un geste de rénovation urbaine, est apparue à la place Dauphine [ill. 8, 9] et à la place des Vosges [ill. 10, 11, 12, 13], projets privés agréés



10, 11, 12 et 13. Paris. Place des Vosges.
Ancienne place Royale, 1610.
(Photos Luc Noppen)



14 et 15. Paris. Place des Victoires.
Jules Hardouin-Mansart, architecte, 1685-1686.
(Photos Luc Noppen)



par le roi, puis s'est épanouie sous Louis XIV, à la place des Victoires [ill. 14, 15] et à la place Vendôme, par exemple. La typologie a été pérennisée par le biais de places semblables à Bordeaux, à Rennes, à Dijon [ill. 16, 17], entre autres ; c'est ce modèle qui a donné naissance, outre-manche, au square anglais, espace cependant essentiellement résidentiel, dont le centre était occupé, lui,



16 et 17. Dijon. Place de la Libération.
Ancienne place Royale,
Jules Hardouin-Mansart, architecte, 1686-1701.
(Photos Luc Noppen)



par un jardin privé. Aucune des places royales françaises n'a vu, depuis son aménagement originel, tenir en son centre autre chose qu'un monument, dans un jardin ou dans un aménagement minéral ; toutefois, si l'on ne tint

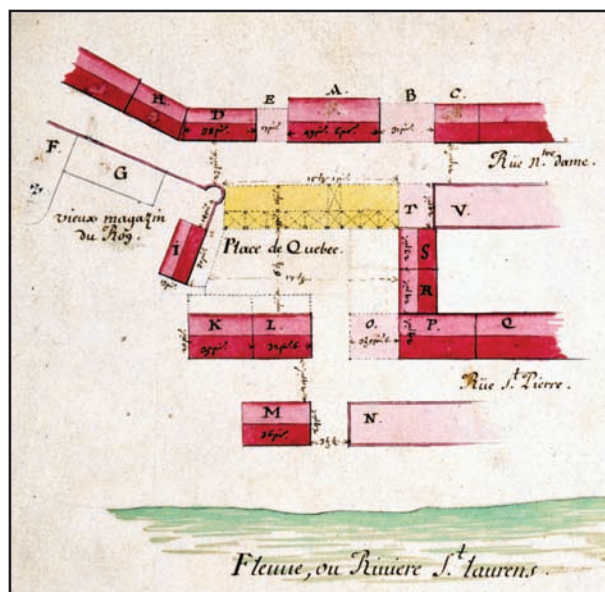
jamais marché devant ces façades homogènes, les bâtiments bien différents derrière ont tôt été les hôtes privilégiés de commerces, boutiques et magasins que pouvait soustraire à la perception commune l'uniformité du « rideau » des façades rythmées par des arcades qui voilaient les rez-de-chaussée ainsi occupés, à la place des Vosges ou au Palais-Royal [ill. 18, 19], par exemple.



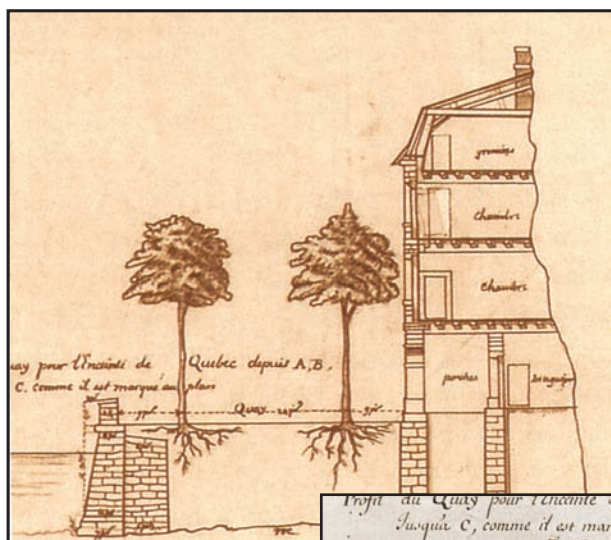
18 et 19. Paris. Le jardin et les galeries du Palais-Royal.
(Photos Luc Noppen)

L'originalité des places royales de France tient au fait que sous les deux étages qu'impose le classicisme « à la française », les architectes et les promoteurs ont inséré un étage marchand, fait de boutiques et d'entresols, masqué par des arcades qui adoptent la figure d'un soubassement traité avec un appareil à refends lourd. Au contraire, les squares anglais ont conservé l'élévation tripartite, pour

l'affecter exclusivement à l'habiter. À l'étage d'arcades s'est ainsi substitué une « cour anglaise² » ayant la même fonction : éloigner l'habitation de la rue et des passants. À Québec, à cet égard, il est intéressant de noter qu'en 1685, l'ingénieur Robert Villeneuve a dessiné un plan de « la place de Québec » en y représentant les porches (les arcades) que l'on se propose d'y bâtir [ill. 20]. En 1689, le même Villeneuve a réalisé un autre dessin d'une maison de Place-Royale ; la façade érigée sur les quais comporte un péristyle avec arcades en façade (des *porches*, selon l'inscription)³, une boutique (un *magazin*, selon l'inscription) [ill. 21, 22] et deux étages.



20. Québec. Plan de la basse-ville par Robert Villeneuve, en 1685. On y voit, représentés par des pointillés (section jaune) les « porches de 9 pieds de profondeur » qui sont à l'époque projetés. (Archives nationales de France, Aix-en-Provence)



21 et 22. Québec. « Profil du Quay pour l'enceinte de Québec ». Dessin de Robert Villeneuve, 1689. (Musée de la civilisation, fonds du Séminaire de Québec, Z-8)



Le caractère symbolique et monumental des places royales conclut des gestes de rénovation urbaine ; mais, pas plus en France qu'à Québec, l'uniformité de l'ensemble des façades qui soutient ce caractère ne fige pas nécessairement l'évolution du fonctionnement du lieu à travers le temps. Au fil des ans, en effet, l'évolution de la fonction commerciale des rez-de-chaussée a entraîné des modifications aux places [ill. 22]. Les devantures de



23. Nancy. Commerces sur la place Stanislas (ancienne place Louis XV), 1753. (Photo extraite de Richard L. Cleary. *The Place Royale...*, p. 136.



24 et 25. Paris. Place Vendôme. Ancienne place Louis-le-Grand. Jules Hardouin-Mansart, architecte, 1685-1686. (Photos Luc Noppen).



la place Vendôme [ill. 24, 25] et du Palais-Royal ont été ainsi actualisées, ajustées à l'affichage et aux autres modernisations du commerce, toujours, cependant, dans le respect de l'homogénéité de l'ensemble, où chaque

changement ponctuel était répercuté afin que soit préservée la monumentalité. Depuis, toutes les interventions de restauration de telles places ont, pareillement, visé à y retrouver l'harmonie monumentale que le temps pouvait avoir effacé : les bâtiments exhausés et les devantures agrandies qui font vitrine aux couturiers de la place des Victoires [ill. 26] sont ainsi à l'occasion remises en question par l'option de réfection de la place comme elle avait été complétée sous Louis XIV, avec des façades homogènes et des devantures toutes semblables aux rez-de-chaussée.



26. Paris. Place des Victoires. Jules Hardouin-Mansart, architecte, 1685-1686. (Photo Hélène Thibault)

En parallèle de cette version « officielle » de la place royale, d'autres places ont existé où l'on a cherché à commémorer la figure du souverain, particulièrement dans la foulée de l'action de François Michel Le Tellier, marquis de Louvois, qui, ministre sous Louis XIV, commanda en 1685 aux intendants des provinces françaises d'installer des bustes du roi en divers lieux publics⁴. Il s'agit dans plusieurs cas de grandes places existantes [ill. 27], mais aussi de plusieurs espaces plus ou moins organiques logés dans quelque écartement de la trame urbaine⁵. Ces lieux accommodèrent avec plus ou moins de succès la fonction de représentation symbolique qu'on surimposait ainsi à une « place » *a priori* fonctionnelle, où justement l'on tenait marché ou allait à l'église ; c'est néanmoins en souvenir de ce geste de l'époque de Louis XIV – quand le nom place royale apparut en 1686 pour ne vivre que quelques années, non sans susciter des débats – que l'on rebaptisa « place royale », beaucoup plus tard, des espaces publics comme ceux qu'on connaît aujourd'hui à Pont-Aven [ill. 28] à Montréal et à Québec⁶, notamment.



27. Poitiers. La place du Maréchal-Leclerc, autrefois place Royale. « Vue de la place Royale, dans la ville de Poitiers bastie l'an 1687 du temps de l'intendance de Foucault, 1692. (Bibliothèque nationale, Paris)



28. Pont-Aven (Bretagne). La place Royale. (Photo Luc Noppen)

Il existe ainsi un certain nombre de places publiques qui, sans arborer l'homogénéité caractéristique des projets de rénovation urbaine ou la monumentalité associée à la commémoration et à la rentabilisation des terrains valorisés par un geste simultané, se sont mérité, souvent au terme de laborieuses constructions patrimoniales, la qualification de « places royales ». Celles-là, de même que la plupart des espaces publics anciens, ont vécu une évolution qui les rapproche quelque



30. Arras. Place des Héros, reconstruite après la guerre de 1914-1918.
(Photo Luc Noppen)



29. Bordeaux. Place du Parlement avec édifices publics et maisons bourgeoises (XVII^e et XVIII^e siècles) dont le rez-de-chaussée est occupé par des commerces.
(Photo Luc Noppen)

peu de la place royale classique : avec l'apparition du magasin, l'activité marchande ordinaire qui tenait lieu *sur* la place s'est déplacée *autour*, dans les rez-de-chaussée devenus commerciaux, mais directement ouverts sur la place cette fois [ill. 29, 30]. Ce

sont ces commerces « ordinaires » (par opposition aux boutiques « officielles » – orfèvre du roi, etc. – et placées en retrait des places royales classiques) qui font aujourd'hui l'animation des espaces urbains européens ; hormis quelques squares

anglais restés résidentiels, tous les espaces urbains, en Europe, sont en effet devenus, en même temps que les moteurs de l'activité économique, les creusets de l'animation des secteurs de la ville qu'ils contribuent à caractériser [ill. 29, 30, 31, 32]. La place du marché de la basse-ville à Québec, récemment redevenue place royale, tout comme la place du marché de la haute-ville, le Vieux Marché et le Nouveau Marché de Montréal ne font pas exception.



31. Lille. Place du Général-de-Gaulle. Ancienne place du marché au Moyen-âge.
(Photo Luc Noppen)



32. Richelieu. Rue principale de la ville nouvelle avec immeubles résidentiels dotés de portes cochères et percements modernes à des fins commerciales, en coin de rue.
(Photo Luc Noppen)

Place royale et place monumentale

Place-Royale est tout et rien de cela à la fois. On aurait pu, par exemple, restaurer le lieu de façon beaucoup plus homogène, en prenant appui, plutôt que sur l'état de reconstruction des lendemains de la Conquête, sur un état antérieur ; les ordonnances de 1727 ont suffisamment homogénéisé le paysage de Québec pour que l'on puisse envisager là un ensemble de maisons à deux étages, de figure uniforme. La représentation que Richard Short a livrée de la place atteste de ce qu'une restauration qui aurait proposé de semblables façades homogènes aurait été aussi « vraie » que le résultat actuel, et aurait de surcroît étayé l'image recherchée de la place royale ; pourtant, la figure trapézoïdale et la déclivité du site, de même que la présence affirmée de l'église, y auraient contredit cette représentation. En-deçà de l'imaginaire et des conceptions des uns et des autres, Place-Royale (la place et les rues avoisinantes), comme nous la connaissons aujourd'hui, est le résultat matériel d'un programme de rénovation urbaine à prétexte historique, animé par une volonté politique de démontrer la présence française dans la ville où elle restait jusqu'alors quelque peu diluée.

Le voile d'ancienneté qui, plutôt qu'un rideau de façades, fait depuis l'homogénéité de cette « place royale » tient au processus de restauration, toujours alimenté par une approche rationaliste – héritée de l'architecte français Eugène-Emmanuel Viollet-le-Duc (1814-1879) – préconisant la recherche du vrai, par le biais de la mise en valeur des qualités expressives des matériaux. Tous les bâtiments mettent ainsi en valeur une même « peau » : le matériau qui a servi à leur édification, de la pierre dans tous les cas, y est mis à nu⁷. C'est ce qui distingue très clairement Place-Royale de l'ensemble du Vieux-Québec, dont les rues flanquées de bâtiments en pierre et en brique offrent une image moins continue, moins monumentale, souvent portée par un lambris de brique ou par un enduit peint. L'image lapidaire – au sens étymologique, « faite de pierre » – de Québec tient à ces seules maisons restaurées de Place-Royale. L'appareil de pierre de carrière

grossièrement équarrie et ostensiblement maçonnée que l'on y a rétabli ou mis en valeur y domine au point où il est constitutif d'une image d'ensemble du Vieux-Québec qui, dès lors, s'oppose à celle d'un Vieux-Montréal où domine la pierre grise finement bouchardée et posée à joints perdus.

Derrière ce voile, cette peau de pierre, des bâtiments de trois catégories peuvent être distingués à Place-Royale. D'abord ceux que l'on a, véritablement, « restaurés », où l'on a préservé ou rétabli à neuf un certain nombre de caractéristiques et de dispositions préexistantes⁸. Ensuite ceux que l'on a, pour créer une ambiance relativement cohérente aux côtés des premiers, édifiés selon les principes de ce que les Français nomment « l'architecture de courtoisie » : lambris de pierre appareillé à l'ancienne ou revêtement de bois y habillent les dalles de béton d'un costume d'époque voué à densifier l'expression des choix idéologiques et stylistiques qui ont motivé les « restaurations⁹ ». Enfin, une troisième catégorie de bâtiments regroupe ceux que, sans les démolir, on a restaurés en préservant l'apport d'autres époques que du seul Régime français ; ces bâtiments sont souvent les plus faciles à utiliser puisqu'ils conservent des traces d'une occupation commerciale au rez-de-chaussée¹⁰ [ill. 33].

Ces trois catégories ne sont pas toujours identifiables par un découpage net sur le territoire. Ainsi, autour de la place elle-même, les maisons Jérémie et Rivet, restaurées dans les années 1980, sont des reconstitutions qui adoptent le style ancien, tandis que du côté de la rue Saint-Pierre, les façades des maisons du même îlot (Rivet, Rageot et Nolan) ont conservé les ouvertures de devantures commerciales du milieu

du XIX^e siècle. Le même phénomène apparaît sur la maison G. Beaudouin, où la restauration des années 1990-1992 a conservé les vitrines des années 1840 [ill. 34], alors que, du côté de la place de Paris, la Commission des biens culturels a exigé la reconstruction d'un fenêtrage de type plus ancien.



33. Place-Royale. La maison Niel et enfilade de la rue Sous-le-Fort.
(Photo Luc Noppen)



34. Place-Royale. Les maison Beaudouin, rue Saint-Pierre.
(Photo Luc Noppen)

Il faut rappeler que les bâtiments des trois catégories résultent d'une série de campagnes de restauration qui se sont succédé pendant trente ans ; exposés de ces campagnes, ils révèlent l'évolution qu'a connue le Québec en matière de techniques et d'idéologie de restauration. La figure « authentique » de Place-Royale tient à ces exposés : chacun des bâtiments qui s'y trouve représente une façon de voir le passé, de voir un passé très lointain depuis un passé très récent. C'est la somme de ces « façons », de ces « exposés » que recourent les deux perceptions qui aujourd'hui s'opposent dans le débat de l'actualisation de Place-Royale : celle d'une place du marché sympathique ou celle d'une place royale monumentale.

Places royales et devantures commerciales

Le débat n'est donc pas tant de savoir si la ville de Québec requiert un espace récréo-touristique amélioré ou si le gouvernement du Québec a besoin de renforcer sa figuration symbolique. Un retour sur l'évolution et sur le sens des diverses places royales permet en fait d'envisager que la problématique d'une animation accrue de Place-Royale n'oppose pas tant qu'on l'aurait cru deux options, l'une qui serait de l'ordre du laisser-faire et de l'appropriation, l'autre qui tiendrait d'une application régaliennne des mécanismes de protection. Car, comme le soutient « l'authenticité » particulière du lieu, Place-Royale peut se conformer aux visions de l'une et de l'autre des parties au débat, en faisant l'objet d'une mise à jour, d'une « actualisation » de son état restauré. De la même façon que des devantures « modernes » ornent aujourd'hui de nombreux quartiers anciens – à Liège, à Vienne ou à Mons, par exemple [ill. 35, 36, 37], il n'y a guère de raison pour que Place-Royale soit considérée



35, 36 et 37. Liège (en haut), Vienne (à gauche) et Mons (en bas). Devantures modernes en milieu ancien. (Photos Luc Noppen)



38. Tours. Place Plumereau, bordée de maisons bourgeoises médiévales. (Photo Luc Noppen)

comme un « donné » objectif et permanent d'autant que toutes les places anciennes, comme à Tours [ill. 38], à Chartres ou à Strasbourg [ill. 39], ont été restaurées à plusieurs reprises dans le but précis de l'actualisation de la fonction commerciale par la mise à jour des devantures, notamment. Même à Varsovie, dont la reconstruction après la Seconde Guerre a inspiré les premiers architectes de Place-Royale, les autorités ont plus récemment actualisé la *Rynek Starego Miasto* en y ouvrant les rez-de-chaussée pour mieux affirmer la fonction commerciale et ainsi contribuer à l'animation des lieux [ill. 40, 41, 42].



39. Strasbourg. Quartier de la Petite France. (Photo Luc Noppen)



40, 41 et 42. Varsovie. Façades restaurées de la grande place de Varsovie. Depuis le changement de régime politique, les devantures plus adaptées et un affichage commercial ont remplacé le fenêtrage traditionnel installé lors de la reconstruction qui a suivi la Seconde Guerre. Dans plusieurs cas, les ouvertures ont été agrandies, selon un modèle uniformisé dans tout le quartier ancien. (Photos Lucie Morisset)

L'obligation de fonctionnalité urbaine qui, là, s'est surimposée à la fonction monumentale n'a rien d'étonnant : la lecture contemporaine d'un espace urbain est devenue indissociable du rez-de-chaussée commercial de la ville. Dès la fin de la Seconde Guerre, les architectes de la reconstruction de Saint-Malo – autre puissant modèle de Place-Royale – avaient déjà compris cela : les rues de la périphérie, notamment celles qui longent en contrebas les imposants remparts, sont vouées à la fonction résidentielle, alors que la reconstruction du centre s'est faite avec des rez-de-chaussée commerciaux bien affirmés [ill. 43, 44].

Chose certaine, au vu de son omniprésence dans les centres historiques anciens de France, la devanture commerciale n'est pas, aujourd'hui, un facteur d'allégeance britannique que l'on croirait incompatible avec un espace public « à la française », *a fortiori* avec une place royale ; en fait, ce sont les square anglais qui restent les seules places encore dominées par la fonction résidentielle. De surcroît, comme nous le verrons plus loin, si les sempiternelles devantures à pilastres que l'on retrouve aujourd'hui dans tous les secteurs historiques réhabilités de l'Amérique du Nord sont bel et bien nées dans l'univers anglo-saxon, c'est en revanche en France qu'est née, antérieurement, la *devanture de magasin*, au terme d'une laborieuse mutation. Enfin, pour ajouter au caractère apatride ou mondialisé, voire plus français peut-être, d'un rez-de-chaussée commercial affirmé, force est de rappeler que la ségrégation fonctionnelle de la ville anglo-saxonne tend plutôt à proscrire la superposition d'un commerce et d'une habitation, naturelle dans l'univers français où la maison bourgeoise unifamiliale et unifonctionnelle n'a jamais existé avant que les modèles de l'habiter « à l'anglaise » ne contaminent les usages « à la française », au XIX^e siècle.

En bref, pas plus qu'il n'existe de places royales qui n'ont participé à la modernisation marchande de la ville, la devanture commerciale n'est antithétique ni de la plus pure des places royales, ni de la plus ancienne des places européennes, ni du caractère français de la ville ; partout, en revanche, elle est la clé de l'animation et le signe ultime de l'urbanité. Il n'est donc pas surprenant qu'aucun quartier français ancien ne soit restauré qui n'ait au rez-de-chaussée une devanture commerciale ;



43 et 44. Saint-Malo. Contraste entre les maisons reconstruites le long des remparts et celles des rues et places du centre, animées par des devantures commerciales. (Photos Luc Noppen)



45. Paris. Rue du Quartier latin.
(Photo Luc Noppen)



46. Paris. Rue du Quartier des halles.
(Photo Luc Noppen)

l'imaginaire collectif d'un quartier ancien vivant ou animé s'ancre à la fréquentation de monuments ouverts au public (églises, halles de marché, musées, etc.) et d'un rez-de-chaussée ponctué de boutiques, de restaurants et de cafés qui, sur la rue, expriment leur fonction marchande [ill. 45, 46]. L'animation urbaine, surtout celle que l'on observe dans les centres historiques anciens, se fonde presque exclusivement sur le va-et-vient du visiteur entre le domaine public et le domaine privé.

Devant cette compatibilité apparente d'un rez-de-chaussée commercial affirmé avec les visions de l'une et de l'autre des parties au débat de l'animation de Place-Royale, la question de « l'amélioration » du lieu tient bien davantage à l'opposition entre la consécration et le développement de sa diversité, d'une part, et à l'affirmation d'une plus grande homogénéité qui en étayerait la monumentalité, d'autre part. Deux avenues croisées peuvent alors orienter les interventions : l'une, révérende du « donné » de Place-Royale, favorisera par exemple la modernisation des bâtiments « de courtoisie », ce qui – paradoxalement – aura pour conséquence d'accroître le caractère hétéroclite et varié de la place du marché ; l'autre, plus proche de l'évolution spontanée de l'espace urbain – et des places royales – confiera au « rideau » de l'ensemble de Place-Royale cette mission d'animation récréo-touristique et le secret d'une vocation à la fois symbolique et fonctionnelle.

Toutefois, au vu des positions idéologiques parties au débat, il convient, afin de bien cerner les enjeux, de mettre en perspective les mises à jour possibles de certaines parties de façades de Place-Royale par rapport à l'histoire des figures de la fonction marchande en Occident. Cela, particulièrement, permettra de mieux comprendre comment l'attribut de la devanture, dont il est question ici, a contribué à singulariser une urbanité, tantôt « à la française », tantôt « à l'anglaise » ; mais il faut pour cela, aussi, saisir les caractéristiques et les contributions respectives des différents dispositifs qui, dans le temps, ont inscrit la fonction marchande dans le paysage urbain.

Les expressions françaises de la fonction marchande

L'histoire de la devanture est indissociable de celle du magasin, de la boutique et, de façon plus générale, de l'histoire du commerce au détail. Au départ de cette histoire on retrouve le marché public, lieu où, depuis les temps immémoriaux, s'échangent les biens

et marchandises. Dès l'Antiquité on trouve aussi trace, sur des rues voisines du marché, de boutiques tel l'estaminet ou *thermopolium* de Pompéi, où l'on servait des boissons chaudes et quelques plats cuisinés [ill. 47]. Étymologiquement, boutique vient de *botica* (en provençal), qui signifie d'abord l'espace d'exposition de marchandises¹¹. Le mot français, *bouticle*, à l'époque synonyme d'atelier, n'est apparu qu'au XIV^e siècle.

Comprises d'abord comme espaces d'exposition, ces « boutiques », dont l'usage se perpétue jusqu'au XVIII^e siècle, ne possédaient pas de devantures formelles [ill. 48], c'est-à-dire de dispositif favorisant l'exposition. Dans la plupart des cas les clients ne pénétraient pas dans le bâtiment de la boutique ; objets, marchandises et victuailles étaient étalés à la vue. Dès le XIII^e siècle, l'ouverture de la boutique sur la rue se nomme *fenêtre*¹². Dans les maisons de bois, la fenêtre s'ouvre entre les piliers qui soutiennent la sablière de plancher ; dans les maisons de pierre, elle est généralement formée par une arcade. Cette fenêtre est divisée ; la porte d'entrée est reportée sur l'un de ses côtés, le reste de l'ouverture est consacré à l'*étal*, table de bois ou de pierre sur laquelle sont présentées les marchandises [ill. 49, 50]. Les volets de la boutique s'ouvrent horizontalement par le



47. Pompéi. Maquette de la Maison du poète tragique.
(Photo Musée national, Naples)



48. Images de boutiques médiévales.
Détail de *Sainte Catherine et sainte Madeleine*,
tableau de Konrad Witz, XV^e siècle.
(Lauros-Giraudon)



49 et 50. Vannes (ci-dessus), Nantes (ci-contre)
Ouvertures en arcade et sous sablière.
(Photos Luc Noppen)



51. Paris. Scène de marché au XV^e siècle.
En haut, des échoppes.
(Bibliothèque nationale. Paris)

milieu : celui d'en bas s'abaisse et reçoit les marchandises, celui d'en haut se relève et abrite l'étalage du soleil et de la pluie. La boutique est prolongée par l'*ouvroir*¹³, pièce où les marchands et les artisans travaillent et que, souvent, ils habitent¹⁴.

Alors que la boutique et l'*ouvroir* sont logés dans une maison bourgeoise, l'échoppe est un bâtiment de boutique, isolé ou adossé à une autre construction [ill. 51], que des marchands érigaient de façon plus ou moins permanente, à défaut de pouvoir s'installer au rez-de-chaussée d'un immeuble existant. En Nouvelle-France ceux-là, des *marchands forains*, étaient peu prisés des *marchands domiciliés*, tenus à tenir boutique fixe¹⁵. Les forains, qui parcouraient les marchés saisonniers – les foires – de plusieurs villes importantes, se dotaient d'échoppes et d'étals mobiles, ancêtres des tentes et roulottes utilisées aujourd'hui sur les marchés hebdomadaires de nombreuses villes européennes. En 1867, Charles Vincent a décrit le paysage parisien semé d'échoppes : « Nous parlons de ces petites boutiques en bois peint, hautes de cinq à six pieds et larges de trois à quatre, adossées pittoresquement au coin des places et monuments publics, le long des églises ou des maisons bourgeoises, ayant pour toit des planches d'où s'échappe un tuyau de poêle et pour plancher le pavé de la rue¹⁶ ». Les rares kiosques à journaux sont aujourd'hui les derniers témoins de cette pratique.

Échoppes ou bâtiments de boutiques étaient fermés aux clients ; les affaires se traitaient dans la rue, où les marchands se signalaient par des enseignes pendantes¹⁷. Des expressions encore populaires en France, comme « pas-de-porte à vendre ou à louer » – pour « commerce à vendre ou à louer » – perpétuent la mémoire de ces usages conventionnés sous le règne des corporations de métiers (entre le XVI^e siècle et la fin du XVIII^e siècle) quand, de la même façon que l'on distinguait marchands domiciliés et marchands forains, on « interdisait d'étalage » ou de « tenir boutique » les membres de professions libérales, dont les artistes (ce qui explique d'ailleurs l'arrivée assez tardive des galeries d'art sur la rue¹⁸).

C'est dire que, du fait des conventions autant qu'au regard de sa signification étymologique et de la forme qu'elle désigne, la boutique n'a qu'une parenté lointaine avec le marché : en effet, alors

que ce dernier servait l'échange de la nourriture et des matières brutes en provenance de la périphérie rurale (légumes, animaux, bois, fourrages, etc.), les boutiques étaient réservés à la vente de matières précieuses d'origine lointaine (apothicarie¹⁹, orfèvrerie) et d'objets de fabrication artisanale à grande valeur ajoutée (coutellerie, passementerie, ébénisterie), disponibles uniquement sur commande dans la majorité des cas.

La boutique est donc avant tout un espace de commerce d'objets transformés (dans l'ouvrage), produits d'une forme d'artisanat ; en cela, elle s'oppose aussi au *magasin*, d'abord défini, au début du XV^e siècle, comme un dépôt de marchandises. Ce vocable, d'origine arabe – *makhâzin* (littéralement, « dépôt » ou « lieu où on entrepose ») – fut d'abord utilisé par les explorateurs et découvreurs qui, de l'Orient ou de l'Amérique, importaient des biens précieux ou des denrées rares²⁰. À Québec, dès 1608, Champlain érigea ainsi au cœur de son *Abitation* un semblable magasin, lieu d'entreposage des fourrures destinées à la France ; un tel *magasin* ne pourrait s'avérer lieu de commerce que beaucoup plus tard, quand, au lendemain de la Révolution²¹, l'entrepôt où étaient déposées des marchandises diverses put devenir, du fait de l'abolition des corporations de métiers, l'espace prescrit pour l'échange, consacrant dès lors l'usage moderne, et d'abord français, du « magasin » où se retrouvent simultanément des étalages (des rayons) dédiés à des marchandises de nature différente. Auparavant, c'est-à-dire depuis l'Antiquité, les boutiques (forcément spécialisées), fédérées sous l'impulsion des corps de métiers, découpaient en secteurs dédiés le paysage des villes, dont des noms de quartiers, de rues ou de ruelles rappellent encore cette époque [ill. 52, 53]. Cet usage survit d'ailleurs aujourd'hui dans le Maghreb, où les *souks* regroupent les boutiques par corps de métier ou, partant, par la nature des produits offerts.

Quant à la boutique médiévale, la ville de la Renaissance se l'est appropriée, en normalisant ses dispositions. L'arcade devint alors un motif répétitif inscrit dans le « soubassement », cet étage sur rue érigé en appareil de pierre à refends à bossage. Deux fois plus haute que large, l'arcade reçut dans sa partie cintrée l'entresol, espace où logeait l'artisan, souligné par une petite fenêtre



52. Paris. Maisons médiévales de la place de Grève en 1751. Détail d'un tableau de Ragueneau. (Photo extraite de Anthony Sutcliffe. Paris. An Architectural History. London et New Haven, Yale University Press, 1993, p. 11)



53. Paris. Maisons des XIV^e et XV^e siècles de la rue François-Miron. (Photo Luc Noppen)



54. Rome. Palais Caprini ou Maison de Raphaël.
Dessin de Donato Bramante, ca 1512.
(Extrait de Spiro Kostof. A History of Architecture, p. 415)



55. Paris, 1773. Projet d'immeuble.
(Archives nationales, Paris)



56. Le Puy (Haute-Loire).
Boutique au 48, rue Panessac.
(Archives photographiques, Paris)

[ill. 54, 55]. La boutique fut dès lors encodée dans une figure architecturale stable qui survivrait jusqu'au XVIII^e siècle [ill. 56]. En France, les premières boutiques ainsi régularisées et disposées en rangée appaurent en 1507 sur le nouveau pont Notre-Dame [ill. 57]. Sous le règne de Henri IV, en même temps que Champlain

s'établissait à Québec, l'intendant Sully instiguait à Paris un urbanisme classique « à la française » en favorisant quelques grands projets de rénovation urbaine dont la place Dauphine et la place des Vosges qui aéraient un peu le réseau moyen-âgeux des rues étroites. Les façades des nouvelles demeures y étaient portées par un péristyle rythmé par des arcades – des « porches », selon le vocabulaire d'époque – derrière lesquelles les boutiques étaient soustraites à la vue, tout comme le flot des passants qui les fréquentait. Dans ces ensembles, la boutique s'est départie de la figure de l'arcade, qui désormais définissait plutôt l'espace public tout en demeurant indicielle de l'activité marchande qui se profilait à l'arrière.



58. Paris. La rue de la Tonnellerie, en 1866. On y voit les porches sous les lourdes sablières des bâtiments de bois, occupés par l'expansion des boutiques et l'affichage à panneaux appliqués.
(Photo extraite de Anthony Sutcliffe. Paris. An Architectural History. London et New Haven, Yale University Press, 1993, p. 13).



57. Paris. Le pont Notre-Dame flanqué de boutiques, bâti en 1507 sous la direction de Fra Giocondo, cordelier de Vérone.
(Paris, Musée Carnavalet)

Dans les rues étroites et sous ces « porches à boutiques » [ill. 58], bientôt suivis par les galeries marchandes plafonnées ou voûtées²², l'enseigne pendante pose problème. Ainsi, en 1666, à Paris,

une ordonnance imposa la réduction des affiches et des auvents qu'il fallait désormais appliquer à plat sur les façades des boutiques. De là l'idée d'encadrer l'entrée des boutiques par des enseignes posées en tableaux et l'apparition d'un nouveau corps de peintres d'enseignes qui se substitua à celui des sculpteurs, jusqu'alors chargés de fabriquer les enseignes. Puis, pour protéger les biens et les marchandises, une clôture plus permanente de l'espace commercial s'imposa d'elle-même : au XVIII^e siècle, la *fenêtre* de la boutique s'orne de vitres (qui laissent voir) et devient une *vitrine* (qui donne à voir)²³. Jusque là, les ordonnances exigeaient que les volets des boutiques soient enlevés tous les matins, laissant les biens exposés à quelque péril. La vitrine contournait cette exigence, en protégeant la boutique par une paroi de verre. Puis, des *ais* gardaient la vitrine et la porte, le soir venu [ill. 59].

Les vitrines de ces boutiques connurent un nouveau souffle quand, avec la suppression des corporations et l'avènement de l'ère industrielle, apparut un type architectural nouveau pour le nouveau commerce du magasin. Les premiers véritables magasins étaient des *magasins de nouveautés*, où les marchands, désormais plus commerçants qu'artisans, offraient, dans une salle d'échantillons qui se lisait à travers la vitrine, une variété de marchandises, produites pour répondre à une demande soutenue par un effort de mise en valeur. Les rayons du magasin regorgent d'objets que le consommateur peut choisir et emporter. Dans ce contexte, la vitrine devient une *devanture*, où l'exposition des biens acquiert une importance accrue ; la devanture signale la nouveauté, celle du commerce, puis celle de la marchandise prétendue telle. Les artisans pour leur part n'ont qu'à suivre : les devantures de boulangers, par exemple, cherchent à rivaliser en richesse ornementale avec des commerces de lingerie et de vêtements, sièges de la nouveauté. C'est que le pain, jusqu'alors fait à la maison, apparaît aussi sous des formes originales, destinées à attirer le client.

Physiquement, ce sont la vitrine et les enseignes qui l'encadrent, en fait l'ensemble du revêtement de la façade du magasin, qui donnent naissance à la devanture. Le mot, qui apparaît à la fin du XVIII^e siècle, identifie dès lors une



59. Nancy. Vitrine au 30, Grande rue.
Devanture (D) avec ais de porte (B) et de vitrines (A).
(Archives photographiques, Paris)



60. Paris. Les devantures de la galerie Colbert.
(Photo Luc Noppen)

composition d'ensemble, faite de coffrages de bois au décor peint, quelquefois fixé sous verre²⁴, au-devant des boutiques et des « magasins de nouveautés ». Très tôt ces nouvelles devantures – dites *devantures à coffrages* – furent prises en charge par les sculpteurs-ornemanistes, jusque là affairés dans les luxueux appartements de la noblesse [ill. 61]. Ainsi, partout en France, dès 1800, les magasins de l'Empire se distinguent par leurs riches devantures ; en plus de luxueuses boiseries, on y rencontre à l'occasion des ornements peints, motifs inspirés par l'Antiquité. Plusieurs de ces devantures, rehaussées de stucs et de marbres, quelquefois de tôle peinte²⁵, survivent dans les passages ou galeries marchandes, lieux de commerce par excellence sous l'Empire [ill. 60]. L'ouvrage *Collection des maisons de commerce et des intérieurs de Paris les mieux décorés* de J.-M. Mixelle présenta très tôt plusieurs de ces devantures « à la française », contribuant ainsi à leur diffusion et à leur notoriété²⁶ ; aucune surprise à ce que, dans le registre historique, la devanture à coffrage singularise le plus éloquemment l'apport français à l'architecture du magasin [ill. 62 à 77].



61. Richelieu. Ancienne devanture à coffrages.
(Photo Luc Noppen)



62. Paris. Rue des Saints-Pères, chocolaterie Debaue et Gallais, début du 19^e siècle, classée monument historique.
(Photo Luc Noppen)



63. Landerneau. Variante de devanture à la française.
(Photo Luc Noppen)



64. Nantes. Devanture à trumeaux décorés.
(Photo Luc Noppen)



65. Nantes. Devanture à panneaux sculptés.
(Photo Luc Noppen)



66. Paris. Quartier du Marais, enfilade de devantures.
(Photo Luc Noppen)



67 et 69. Belle-Isle-en-Mer.
Le Palais.
Devantures commerciales
issues des devantures
à coffrages.
(photos Luc Noppen)



69 et 70. Paris.
Quartier Saint-
Germain, devanture
avec verre peint.
(Photos Luc Noppen)



71 et 72. Paris. Quartier du Marais, devanture avec
cartons peints sous verre.
(Photos Luc Noppen)





73, 74 et 75. Paris. Quartier Saint-Germain, devantures avec impostes et ais (volets).
(Photos Luc Noppen)



76 et 77. Paris. Quartier Saint-Germain et quartier du Marais, devantures à la française, version plus moderne et version plus ancienne.
(Photos Luc Noppen)

La figure « à l'anglaise » de la fonction marchande

La Grande-Bretagne n'a pas suivi le même chemin dans la métamorphose de la boutique en magasin et, partant, dans l'avènement de la devanture. Comme partout en Europe, les boutiques – les *shops* – y ont été omniprésentes pendant le Moyen-âge, époque qui s'est cependant prolongée dans le XVII^e siècle, même dans les colonies de la Nouvelle-Angleterre. Or, ce paysage urbain médiéval ayant été exclusivement constitué de maisons à pans de bois, les Britanniques n'ont pas connu la boutique « ennoblie » par l'arcade classique²⁷. C'est cette figure archaïque, et le sens qu'il pouvait lui attribuer, qui inspira Napoléon lorsqu'il déclara en 1800 que les « Anglais » n'étaient qu'un peuple de « *shopkeepers* » (boutiquiers)²⁸.

Lorsqu'au XVII^e siècle les Britanniques adoptèrent l'habiter unifamilial, les typologies architecturales et la figure urbaine qui avaient jusqu'alors marqué l'Occident furent remises en question. En milieu urbain, la maison « en terrasse » (*terrace*) – souvent nommée maison « georgienne » ou londonienne – fit son apparition ; c'est d'elle que naquit l'étalement urbain puisqu'elle prescrivait la distribution des classes sociales sur le territoire plutôt que leur superposition dans les îlots denses des centres actifs. Or, cette redistribution se fit pendant que les impératifs du commerce – dont l'Empire britannique était le moteur en Occident – redéployaient le magasin en lieu et place de la boutique. Très naturellement, les Britanniques ont donc adapté la maison unifamiliale, érigée « en terrasse », à la nouvelle fonction commerciale. Cela, en plusieurs temps.

D'abord il faut comprendre que la ville « à l'anglaise » rassemblait des composantes spatiales spécialisées : on y trouvait des quartiers résidentiels segmentés (ouvriers, employés, professionnels, notables, banquiers et financiers), un centre institutionnel, un secteur industriel, etc. Or, les nouveaux commerçants ont cherché à se repositionner dans la hiérarchie sociale en insérant leur lieu de travail dans leur unité d'habitation familiale, comme le faisaient les professionnels (notaires, avocats, médecins, etc.), le magasin devenant en quelque sorte le cabinet de travail du commerçant. Sur le plan architectural, on a d'abord tout simplement percé le rez-de-chaussée de la maison

en terrasse d'une fenêtre un peu plus grande pour faire place à l'étalage des *nouveautés*, ce qui repoussa les aires d'habitation du commerçant et de sa famille vers les étages supérieurs. Puis, comme les commerçants, en tant que membres d'une catégorie sociale homogène, se regroupaient dans la ville, leurs magasins se sont côtoyés, le long des rues qui reliaient les secteurs de la ville. Du magasin « à l'anglaise » naquit ainsi la rue commerciale, la rue principale, sur laquelle les positions en coin de rue étaient particulièrement valorisées, puisqu'elles permettaient l'ouverture de *vitrines* sur deux faces, souvent assemblées par d'élégants arrondis.



78. Montréal. Petit magasin dans une annexe de l'Hôtel-Dieu. Aquarelle de James Pattison Cockburn, 1828. (Musée McCord d'histoire canadienne, Montréal)

Ces premières vitrines de la ville « à l'anglaise » ne sont rien d'autre que des fenêtres élargies [ill. 78] ; très tôt, toutefois, les commerçants ont utilisé le *bow window*, figure emblématique des manoirs élisabéthains, pour à la fois ennoblir leur maison et distinguer leur commerce dans la rue [ill. 79, 80]. Tout en seyant idéalement à la technique de production par soufflage quand le verre était rare et cher, le profil arrondi de la vitre – forme dite *Regency*, parce que développée sous le règne de George IV, prince régent, autour de 1800 –, optimisait la signalétique du magasin. Un *bow window* au rez-de-chaussée, empiètement sur la marge de recul requise par la « *terrace* », devint un code urbain : c'est une fenêtre dont on pouvait s'approcher, alors que toutes les autres maisons en terrasse déployaient maints artifices pour garder le passant à distance (cour anglaise, clôture, etc.). Mis en forme, ce nouveau « magasin »



79. Londres. Haymarket Street. Devanture Regency. (Photo Luc Noppen)



80. Québec. Magasins au coin des rues Saint-Jean et de l'Hôpital, en 1830. Aquarelle de James Pattison Cockburn. (Royal Ontario Museum, Toronto)



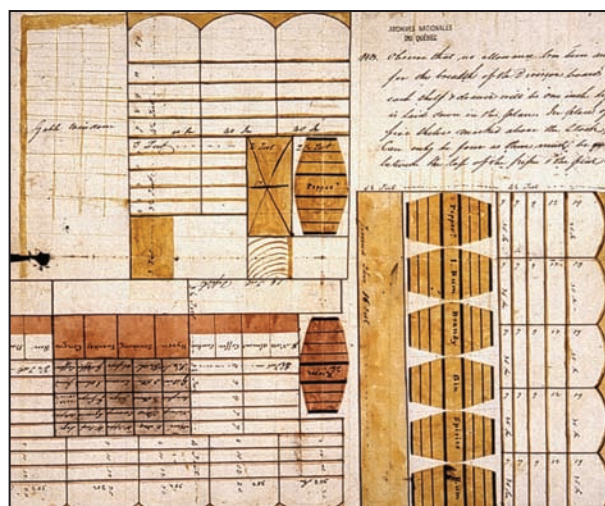
81. Bath. Argyle Street.
Magasin A. H. Hale.
Devanture de 1828.
(Bill Evans et Andrew Lawson.
Shopfronts, p. 119)



82. Québec. Maison au 1, côte de la Fabrique avec
devanture en pierre de grès, vers 1870. Thomas
Baillairgé, architecte, 1838.
(Photo coll. particulière)

était plus volontiers « store » que « shop ». Et, au « shopkeeper » (boutiquier de la « ville médiévale ») succéda le « storekeeper » (détaillant). Ainsi, la devanture qui s'épanouirait au début du XIX^e siècle se nommerait « storefront²⁹ ».

Les premiers storefronts qui apparurent en Grande-Bretagne et se propagèrent aussitôt dans les colonies étaient des devantures à colonnes ou à pilastres, c'est-à-dire des étages en rez-de-chaussée, rythmés – c'était quelquefois le cas de tous les étages de la façade – par des motifs architecturaux (colonnes, pilastres et chapiteaux) dont les intervalles – on parle ici d'entre-colonnements – étaient remplis par une paroi vitrée. Le storefront tirait en effet profit des développements rapides de l'industrie du verre plat en Angleterre, où ce matériau est apparu en 1827 ; à Bath, l'année suivante, A. H. Hale utilisait déjà des carreaux de verre de dimensions importantes pour sa vitrine, encadrée d'imposantes colonnes [ill. 81]. Typique de la devanture britannique, cette composition très architecturée est tributaire du développement contemporain de la profession d'architecte et de l'épanouissement du néoclassicisme. Ce style, pour la première fois, uniformiserait le paysage construit occidental (incluant celui de l'Amérique du Nord) par delà les identités formelles qui étaient jusqu'alors défendues par les nations historiques constitutives de l'Europe classique [ill. 82]. La conception de la devanture irait aux architectes, tandis que l'aménagement intérieur du magasin reviendrait aux hommes de métier [ill. 83].



83. Québec. Plan d'aménagement d'un magasin de la côte de la
Fabrique. Dessin de William McKutcheon, menuisier, 1824.
(Archives nationales du Québec, Québec)

La devanture à pilastres, d'origine britannique, se distingue donc nettement de la devanture en boiserie ou à coffrages qui lui est antérieure en France. En effet, c'est au lendemain de la Révolution que des sculpteurs-ornemanistes français ont, en guise de devantures, entrepris d'imposer de riches lambris – parmi lesquels plusieurs subsistent – sur les rez-de-chaussée commerciaux de bâtiments existants, alors que ce n'est qu'à partir des années 1820 que des architectes britanniques ont inséré des *storefronts* dans un exercice de composition architecturale d'ensemble qui livrerait des édifices commerciaux neufs [ill. 84]. Ce sont ces devantures à pilastres qui s'imposeraient sur tous les magasins d'Europe et d'Amérique du Nord, grâce à l'hégémonie britannique, puis étasunienne, sur le commerce de détail [ill. 85, 86, 87, 88]. En France, notamment, la devanture à pilastres s'imposa chez les petits commerçants qui, ainsi, se « modernisaient », pendant que le magasin de nouveautés, un temps devenu *bazar* – magasin à devanture étagée inspirée des comptoirs pré-victoriens – donnerait naissance, toujours à Paris, au *grand magasin*. Ceux-là ont établi dans le monde le prestige de la France grâce à l'image de luxe renouvelée que projetait la vie parisienne sous le Second Empire.



84. Québec. 835-839, rue Saint-Joseph Est. Plan de l'élévation du magasin A. J. Learmonth. Harry Staveley, architecte. (Archives nationales du Québec, Québec)



85, 86, 87 et 88. Québec. Devantures à l'anglaise, rue Saint-Jean. (Photos Luc Noppen)

Remémorée comme site de la ville marchande ou comme berceau de l'Amérique française, Place-Royale tient en commun une même facette de ses deux visages : celui de l'héritage français que la Révolution tranquille consacra. C'est pourquoi, au-delà du débat entre une place marchande et un espace de représentation, les enjeux de l'évolution même d'une place royale – dont on sait désormais qu'elle peut aussi abriter le commerce – et, *a fortiori*, d'un haut lieu identitaire comme l'est Place-Royale incluaient la connaissance et la caractérisation des dispositions marchandes qui, de toute façon, sont ici en cause. Dès lors, seulement, il devient possible de situer précisément les avenues (et la forme) de la conciliation des différents teneurs symboliques et fonctionnelles que le regard rétrospectif du troisième millénaire qui s'éveille tendait à opposer.

Propositions. Arrimer Place-Royale au troisième millénaire

Envisager une intervention de valorisation à Place-Royale requiert que l'on rappelle qu'il s'agit là d'un secteur très particulier de l'arrondissement historique du Vieux-Québec, qui a fait l'objet d'investissements publics importants et qui jouit d'une notoriété qui dépasse les frontières du Québec. La valeur symbolique du lieu dit « berceau de l'Amérique française », qui concourt à sa distinction, cause l'attention toute particulière des autorités envers sa conservation et sa mise en valeur. Car non seulement huit maisons du secteur de Place-Royale sont classées monuments historiques en vertu de la Loi sur les biens culturels³⁰, mais aussi l'ensemble des propriétés jouissent d'un statut de protection juridique du fait de leur inscription dans le périmètre de l'arrondissement historique du Vieux-Québec. Or, ce périmètre a été homologué en 1964, soit bien avant que ne soient entrepris les travaux majeurs de restauration alors que, à l'évidence, les autorités réglementaires³¹ n'autorisent pas à Place-Royale des interventions de même type que celles qui se pratiquent ailleurs dans l'arrondissement historique ; en cela elles sont appuyées par une opinion publique très attachée à l'image des lieux, à son caractère distinct. Il apparaît donc indiqué que la

SODEC définit un cadre d'aménagement de Place-Royale qui précise comment, à l'intérieur de l'arrondissement historique du Vieux-Québec, ce secteur spécifique devrait être conservé et quels seraient les aménagements autorisés, s'il y a lieu. Ce cadre d'aménagement pourrait prendre la forme d'un plan d'implantation et d'intégration architecturale (PIIA) et circonscrire de façon très précise ce qui est et doit demeurer en l'état, ou ce qui peut être modifié. Cette réglementation devrait être à la hauteur de la notoriété du site et donc être, en soi, exemplaire.

En ce sens, si l'histoire des devantures commerciales est le fait d'une constante évolution et d'actualisations en vertu de « goûts du jour » changeants, il convient néanmoins de réfléchir à l'arrimage des sensibilités de notre époque et de la personnalité spécifique de Place-Royale. En d'autres mots, la définition d'un cadre d'aménagement s'inscrit à mi-chemin entre la nécessaire révérence pour le lieu (c'est-à-dire ses caractéristiques, son histoire – même récente – et, surtout, son image) et le dynamisme d'une intervention contemporaine sur le haut-lieu récréotouristique et identitaire d'une société en évolution.

De ce point de vue et puisque l'on sait dorénavant que toute restauration, plutôt que définitive, n'est qu'un moment parmi d'autres dans la vie d'un bâtiment, la valorisation architecturale de la fonction commerciale, à Place-Royale, revient aujourd'hui à « restaurer la restauration » entreprise il y a maintenant trente ans : mais on doit alors choisir entre une restauration en style ou un geste moderne, par exemple, et, pour tenir compte des particularités locales dont nous avons brossé le tableau, choisir aussi entre une expression anglaise ou une expression française de la fonction marchande. Or, s'il peut aller de soi que l'intervention actuelle, comme la restauration stylistique survenue dans les années 1970, soit bien « datée », typique de son époque, une approche critique de la situation suggère une restauration qui, telle une « couche » superposée au lieu, en recompose l'unité dans la perspective d'accompagner – et non de divertir – sa lecture. C'est alors à une interprétation contemporaine de devantures « à la française » qu'incombe le rôle de respecter et de poursuivre l'évolution de Place-Royale en actualisant l'expression identitaire que la collectivité reconnaît au haut-lieu [ill. 89].



89. Québec. Rue Saint-Jean, maison Cyrille-Duquet (et détail de la devanture). Comme plusieurs francophiles de son temps, Cyrille Duquet avait apposé une devanture « à coffrages » sur la façade de son commerce.

(Archives nationales du Québec, Québec)

Dans un deuxième temps, comme nous l'avons évoqué précédemment, il faut constater que les aménagements fonctionnels et la présence sur rue de la plupart des aires destinées au commerce des bâtiments restaurés ne sont plus à la hauteur du potentiel et de l'achalandage de Place-Royale et de sa périphérie et qu'il faut en conséquence, à ce niveau, revoir la fonction et préciser la mission de Place-Royale, dans l'arrondissement historique mais aussi au-delà, notamment dans le positionnement stratégique de la capitale sur le scène nationale et internationale et cela, à la fois comme site récréo-touristique et comme lieu de mémoire. **Parallèlement, ce cadre d'aménagement devrait appuyer le Plan de développement de Place-Royale, afin d'assurer harmonieusement l'avenir de Place-Royale** comme haut-lieu symbolique, porté par un ensemble d'activités récréo-touristiques qui concourent à mettre en valeur son caractère unique, au Québec et en Amérique.

L'arrimage entre le cadre d'aménagement et le plan de développement devrait passer par l'amélioration des fonctionnalités récréo-touristiques de Place-Royale, en vue d'assurer un achalandage plus constant du site et des commerces, mais surtout en vue de rehausser l'image du haut-lieu. De façon plus précise, le cadre d'aménagement et le *Plan de développement de Place-Royale* devraient viser :

- **Le maintien et la consolidation de la fonction résidentielle** de Place-Royale, condition essentielle à une animation urbaine de type non muséal et de l'appropriation civique des lieux ;
- **Le maintien et le renforcement de l'image française** de Place-Royale, pour assurer la pérennité du site comme premier et principal lieu de mémoire de la présence française en Amérique ;
- **La mise en valeur de Place-Royale comme lieu distinctif au cœur du Vieux-Québec**, par un aménagement physique conséquent (mobilier urbain, éclairage, mise en lumière, devantures, affichage, signalétique) ;
- **La mise en valeur de Place-Royale comme un haut lieu du tourisme**, par une allocation d'espaces à des commerces choisis, compatibles avec la mission et la symbolique nationale des lieux ;

■ **Une hiérarchisation des lieux**, notamment, avec le temps, par une répartition plus harmonieuse des fonctions résidentielles et commerciales qui concoure à singulariser la place et à mieux arrimer les rues de Place-Royale à celles de sa périphérie.

Pour atteindre ces objectifs, qui tiennent beaucoup à l'image que projette le site, aux représentations qui en sont faites, les interventions menées par la SODEC devraient viser, très concrètement :

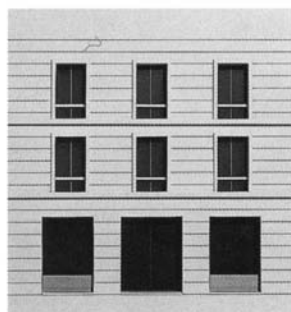
■ **À désenclaver** Place-Royale (retisser la continuité de la basse-ville historique).

■ **À animer** le quartier par des aménagements qui corrigeraient l'image austère de la place et de bâtiments de certains corridors qui y mènent.

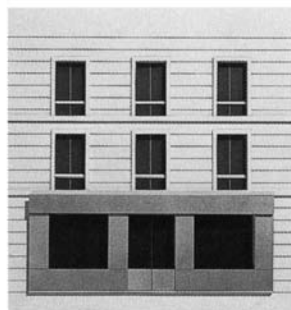
Or, de tels aménagements doivent concourir à un effet d'ensemble qui consacre le statut monumental de Place-Royale, et non pas fragmenter davantage un espace public délimité – du moins en ce qui concerne la place elle-même. Dans cette voie nous proposons :

■ **De développer pour Place-Royale, en tenant compte de la hiérarchie des lieux (la place elle-même et les rues voisines), une typologie de devantures autorisées** – voir à ce sujet le modèle parisien [ill. 90, page suivante]³² – et d'inscrire cette typologie dans le cadre d'aménagement qui serait adopté par les autorités réglementaires. Il s'agirait notamment :

- dans le cas des bâtiments restaurés avec soin, d'adapter les ouvertures existantes du rez-de-chaussée à la fonction commerciale, en adoptant, par exemple, un fenêtrage plus adapté que celui des unités résidentielles ;
- dans le cas des bâtiments d'accompagnement, reconstruits en style, d'autoriser, après analyse, une modification des ouvertures ;
- de permettre d'apposer des devantures à coffrages (« à la française »), auxquelles seraient intégrées des panneaux d'affichage, sur les rez-de-chaussée à vocation commerciale ;

**TYPE 1 MODÈLE RDC**

Les vitrines « en feuillure » viennent s'inscrire dans l'encadrement des baies existantes.
Les habillages n'existent plus, l'appareillage de la maçonnerie de façade de l'immeuble est mis en valeur.
Les volumes de verre sont sertis dans des châssis bois ou métal, et parfois agrémentés d'un soubassement en bois, métal ou pierre.

**TYPE 2 MODÈLE DE BASE RDC** (issu de la fin XVIII^e, XIX^e)

L'habillage (généralement en panneaux moulurés de bois peint) de la façade de la boutique est en saillie par rapport à la maçonnerie de façade de l'immeuble (20 cm maximum).
Les piles latérales et centrales ainsi que le soubassement sont également habillés.
Le bandeau, servant aujourd'hui de caisson pour store ou volet roulant, est surmonté d'une bavette en zinc.
Les volumes de verre des vitrines viennent s'inscrire entre les différents habillages.
Moulures, cimaises, soubassement, plinthes forment le vocabulaire courant de ce type 2. Pourtant certaines variantes contemporaines réalisées à partir de différents matériaux d'habillage (pierre ou métal) peuvent rentrer dans la typologie 2.

**TYPE 3 MODÈLE RDC** (issu du XIX^e)

La façade générale est en saillie par rapport à la façade de l'immeuble.
Les piles latérales et le bandeau sont habillés.
Les piles centrales sont remplacées par de fins potelets en fonte parfois jumelés.
Les vitrines s'élargissent, le soubassement parfois disparaît.
Les vitrines se glissent dans certains cas en retrait des potelets devenus extérieurs.
Si l'habillage est le plus souvent réalisé en panneaux de bois peint, la pierre ou le métal sont également utilisés dans le cadre du type 3.

90. Typologie des devantures parisiennes de rez-de-chaussée.
(Tableau extrait de Fauconnet et al. Les boutiques..., p. 14)

■ **De développer pour Place-Royale des critères de design pour encadrer l'aménagement des rez-de-chaussée commerciaux.** À cette fin, nous recommandons à la SODEC de confier un mandat à une firme d'architectes qui sera responsable de la formulation de ces critères de design. Puis, il conviendrait de mettre sur pied une « charrette » qui, en quelques jours de travaux intenses, associerait les étudiants et professeurs des écoles d'architecture et de design du Québec à la mise au point de projets de devantures par le biais d'une exploration formelle très large et novatrice des critères préalablement établis ;

■ **De développer pour Place-Royale une charte de matériaux et de couleurs** pour que les traitements des ouvertures et/ou l'apposition des devantures contribue à appuyer un effet d'ensemble au moins aussi fort que celui obtenu par l'appareil de pierre exposé aux étages. Cette logique d'aménagement, qui vise à appuyer et à consolider l'effet d'ensemble, doit aussi être prise en compte lors de la sélection des éléments de mobilier urbain, dont les appareils d'éclairage.

Tout cela, bien sûr, pour établir et promouvoir des normes de qualité, à la fois en design et en qualité d'offre commerciale et touristique, pour bien démarquer Place-Royale et affirmer sa distinction, celle d'un haut-lieu qui ne sera, en définitive, que pérennisé dans la mesure de l'intérêt que la population lui porte. À cet objectif, il n'y a pas que les débats qui concourent ; de vouloir le lieu symbolique dûment fréquenté, fut-il une place royale de Louis XIV ou une Place-Royale de la Révolution tranquille, un héritage (fonctionnel) de la ville marchande ou un legs (formel) d'approches de la restauration, est sans doute un pas dans la bonne direction. De savoir les tenants et les aboutissants du *monument*, de ses formes autant que de son sens, favorisera, nous l'espérons, la réconciliation des valeurs que le lieu fédère, dans le troisième millénaire qui l'appelle.

Notes

1. À Québec, les débats sur l'orientation de l'église Notre-Dame-des-Victoires, l'impossibilité d'en dresser la façade sur la place avant 1723, l'arrivée (1686) et le déplacement subséquent du buste de Louis XIV et l'opposition des marchands à la présence de la figure du Roi tiennent de cette convention : créer une véritable place royale à Québec aurait exigé le retrait de l'église et des marchands.
2. Les Britanniques parlent plutôt d'une *French Court*, fossé qui, tout en éclairant les pièces du sous-sol, sépare de la rue les habitations en rangée ou en « terrasse » (*les terrace houses*).
3. Cette inscription ne figure pas sur la copie du document conservée au Séminaire de Québec ; elle figure sur l'original, conservé à la Bibliothèque nationale à Paris, reproduit par Marc Lafrance *et al.* *Québec, ville fortifiée*, p. 366.
4. Richard L. Cleary. *The Place Royale and Urban Design in the Ancien Régime*. Cambridge, Cambridge University Press, 1999, p. 16-18.
5. On sait que des statues du souverain furent placées sur des places publiques à Caen, Toulouse, Lyon, Rennes, Montpellier, Dijon, Poitiers, Pau et Québec (Richard L. Cleary. *The Place Royale and Urban Design in the Ancien Régime*. Cambridge, Cambridge University Press, 1999, p. 16-18).
6. Luc Noppen et Lucie K. Morisset. « Création des lieux de mémoire à la française : les trois places royales du Québec ». Communication au colloque international *Lieux de mémoire, politiques de la mémoire et l'avenir de l'histoire*, Université Laval, 11 juin 1999.
7. On peut exclure les maisons Riverin, Sagot et Niel, dont la pierre est enduite. Tout aussi expressif est le traitement de la brique de la maison Pachot et celui de l'étage en brique ajouté à la maison Soumande. Lors de la restauration des maisons Hazeur/Smith, le concept d'intervention lauréat du concours avait d'ailleurs souligné ce fait et le traitement, même moderne, de l'élévation Hazeur et de ses composantes à valorisé les qualités expressives des matériaux (pierre, acier, verre), pour participer à cette « peau » commune à tous les bâtiments de Place-Royale.
8. C'est le cas des maisons Milot, Dumont, Leber-Charest, Beaudouin et Leduc lors de la campagne de 1970-1974 ; des maisons des Jésuites et Renaud, de 1974 à 1976 et des maisons Canac-Marquis, La Gorgendière, Paradis et G. Beaudouin en 1990-1992 ; enfin, c'est le cas aussi de la maison Smith en 1999.
9. L'exemple ici a été donné par la maison Fornel, construite par erreur à deux étages, mais dont la structure de béton a été lambrissée de pierre de Beauport. C'est le cas aussi des maisons Barbel, Le Picart, Parent, Saint-Amant, Amiot et Langlois, durant la campagne de 1970-1974, puis de toutes celles de l'îlot 9 réalisées en 1974-1976 le long de la rue Sous-le-Fort et sur la place du Marché-ChAMPLAIN.
10. Sagot, Niel, Rivet, Rageot, Nolan. Le presbytère de la paroisse Notre-Dame-des-Victoires, les maisons Pachot, Barbier-Duburon, Riverin, Perthuis, Dunière, Soumande et La Norraye sont des édifices qui conservent plus résolument un état complet façonné au XIX^e et XX^e siècles.
11. En espagnol, *botica* signifie « boutique d'apothicaire », ce qui rappelle que l'étymologie lointaine de la « boutique » est le grec *apothékê*, littéralement « poser loin de » ou « exposer ».
12. Du latin *fenestra*, « ouverture » ; à cette époque, ce que nous nommons une fenêtre se nommait encore une *croisée*, du fait de la désignation du dispositif de fermeture de l'ouverture.
13. Ou lieu réservé aux ouvrages.
14. Le texte fondateur sur les boutiques et devantures est celui de Louis Hautecœur. « De l'échoppe aux grands magasins ». *La Revue de Paris*, tome IV (juillet-août 1933), 1^{er} août 1933, p. 811-841.
15. Renée Côté. *Place-Royale. Quatre siècles d'histoire*. Montréal, Fidès, 2000. p. 84-85.
16. Cité par Louis Hautecœur, *op. cit.*, p. 815.
17. Éric Mézil. « Repères dans l'histoire du commerce à Paris ». François Fauconnet *et al.*, [dir.]. *Les boutiques à Paris : vitrines d'architectures*. Paris, Pavillon de l'Arsenal/Picard, 1997, p. 25-29.
18. Éric Mézil. « Paris et ses pôles culturels à travers l'histoire ». François Fauconnet *et al.*, [dir.]. *Les boutiques à Paris : vitrines d'architectures*. Paris, Pavillon de l'Arsenal/Picard, 1997, p. 173-179.
19. « L'apothicaire » tient son origine de la même étymologie que celle de la boutique, *apothékê*, puisque, comme le veut la signification étymologique, il fut sans doute parmi les premiers à exposer des produits rares ou précieux, éventuellement transformés, dont le commerce ne pouvait être tenu sur le marché.
20. Le magasin devient aussi le lieu d'entreposage des armes et denrées dans le vocabulaire militaire. Ainsi Québec a connu le « magasin du Roy » sous le Régime français et les « *Kings' Stores* » du Régime britannique.

21. C'est la Révolution qui, en 1791, supprima les corporations et instaura la liberté de commerce, désormais uniquement réglementé par l'autorité publique. C'est l'acte de naissance du magasin.

22. En 1786, la galerie du Palais-Royal lance la mode des galeries marchandes et des passages couverts.

23. Alain Le Ninèze. « Vitrites : le désir, la transparence et l'obstacle ». François Fauconnet et al., [dir.]. *Les boutiques à Paris : vitrines d'architectures*. Paris, Pavillon de l'Arsenal/Picard, 1997, p. 43-51.

24. www.nantes.fr/ext/mosaïque/ladevanturesdesboutiques.htm

25. Bernard Marrey. *Les grands magasins, des origines à 1939*. Paris, Picard, 1979, p. 14.

26. En réédition : Hector Lefuel. *Les boutiques parisiennes du I^{er} Empire ou collection de maisons de commerce de Paris et des intérieurs les mieux décorés*. Paris, 1926.

27. On doit souligner l'exception de Covent Garden, ensemble immobilier construit pour le duc de Bedford d'après les plans de Inigo Jones, inspiré des modèles français (place des Vosges, place Dauphine).

28. Bill Evans et Andrew Lawson. *Shopfronts*. Toronto, Van Nostrand Reinhold Co., 1981, p. 7.

29. Même si un vocabulaire populaire, remis à l'honneur par les groupes de préservationnistes, évoque toujours, avec nostalgie, les *shopfronts*.

30. Les huit maisons classées sont :

1. Église Notre-Dame-des-Victoires 43, rue Sous-le-Fort 1929
2. Hôtel Jean-Baptiste-Chevalier 60, rue du Marché-Champlain 1956
3. Presbytère Notre-Dame-des-Victoires 43, rue Sous-le-Fort 1963
4. Maison Fornel 9-11, place Royale 1964
5. Maison Matte (Dupont-Renaud) 18-22, rue Saint-Pierre 1964
6. Maison Delage (ou des Jésuites) 14-16 rue Saint-Pierre 1964
7. Maison Demers 28-30, boulevard Champlain 1966
8. Maison Roy (ou Canac dit Marquis) 64 côte de la Montagne 1968

Les numéros 1, 2, 3 et 7 sont des propriétés exclues du parc immobilier géré par la SODEC.

31. La Commission des biens culturels et la Commission d'urbanisme et du patrimoine de la Ville de Québec.

32. François Fauconnet et Karin Leopold. « Typologie des devantures parisiennes ». François Fauconnet et al., [dir.]. *Les boutiques à Paris : vitrines d'architectures*. Paris, Pavillon de l'Arsenal/Picard, 1997, p. 14-17.

Bibliographie

CHABAT, Pierre. *Dictionnaire des termes employés dans la construction...*, Paris, Morel, 1875, 1 482 p.

COQUERY, Natacha (dir.), *La boutique et la ville*. Tours, Université François-Rabelais, 2000, 489 p.

CÔTÉ, Renée. *Place Royale. Quatre siècles d'histoire*. Québec/Montréal. Musée de la civilisation/Fides, 2000, p. 189 p.

COMMISSION DE BIENS CULTURELS DU QUÉBEC. *Réflexion. Place Royale. Quelques choix d'interventions*. Québec, document n° 4, printemps 1996, 18 p.

EVANS, Bill, et Andrew LAWSON. *Shopfronts*. Toronto, Van Nostrand Reinhold Co., 1981, 128 p.

FAUCONNET, François et al. *Les boutiques à Paris : vitrines d'architectures*. Paris, Éditions de l'Arsenal/Picard, 1997, 221 p.

HAUTECEUR, Louis. « De l'échoppe aux grands magasins ». *La Revue de Paris*, Tome 4 (juillet-août 1933), 1^{er} août 1933, p. 811-841.

LEFÉBURE, Christophe. *Boutiques d'autrefois*. Toulouse, Privat, 2002, 158 p.

MARREY, Bernard. *Les grands magasins, des origines à 1939*. Paris, Picard, 1979, 269 p.

NOPPEN, Luc et al. *La restauration à la Place-Royale de Québec, Une étude sur les concepts et sur la nature des interventions, Le choix d'un concept actualisé: une proposition*, Sainte-Foy, Université Laval, mai 1978, 225 p.

NOPPEN, Luc. « De la recomposition à l'interprétation de l'espace public. Place Royale, Québec ou l'appréhension d'un lieu historique comme monument identitaire du XX^e siècle », in Jean-Pierre AUGUSTIN et Claude SORBETS (dir.), *Aperçus sur l'aménagement de places et parcs au Québec*. Bordeaux, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 2000, p. 89-104.

NOPPEN, Luc. « Place-Royale, chantier de construction d'une identité nationale », Patrick Dieudonné (dir.), *Villes reconstruites: du dessin au destin*, Vol. II, Paris, L'Harmattan, 1994, p. 301-306.

NOPPEN, Luc. *L'habitat à la place Royale aux XVII^e et XVIII^e siècles* [Concept et scénario de l'exposition à la maison Chevalier], Québec, Musée de la civilisation, mars 1990.

NOPPEN, Luc. « L'habitat mis en scène ». *Continuité*, n° 51, automne 1991, p. 20- 25.

PAULETTE, Claude. *Place-Royale, berceau d'une ville*. Québec, Les Publications du Québec, 1986, 15 p.

ROLAND LE VIRLOYS, Charles-François. *Dictionnaire d'architecture civile, militaire, navale, antique, ancienne et moderne et de tous les arts et métiers qui en dépendent...*, Paris, chez les Libraires associés, 1770-1771, 3 vol.

SODEC. *Place-Royale. Lieu de vie et d'histoire. Plan de développement de Place-Royale*. Québec, SODEC, 4 octobre 2000, 48 p.

Annexe 1

Critères de design proposés et illustration de l'implantation de nouvelles devantures commerciales à Place-Royale

par Hélène Thibault, architecte



PLACE ROYALE
Québec

CRITÈRES D'INTERVENTIONS:

Intervention réversible pour les types 1 et 2 et irréversible pour le type 3

Matériaux utilisés :

Bois et ses dérivés, appliqués de verre et de porcelaine, conçu pour résister aux conditions extérieures

Mode d'application :

Système de panneau formant des "coffrages" appliqués sur la maçonnerie existante

Enseigne :

Inscrite dans le bandeau horizontal

-peinte sur le bandeau

-lettrage incrusté

-couleur pour l'inscription : laiton

Quincaillerie :

De type fer forgé de couleur noire

Couleur :

Couleur sobre et foncée, non vive

Fini lustré laqué

Élégance, souci du détail

-1-

hélène thibault

architecte

1026 rue saint-jean bureau 102, québec, québec g1r1r7 418 692 1909



PLACE ROYALE
Québec

Type 1 : Devanture à coffrage « à la française ».

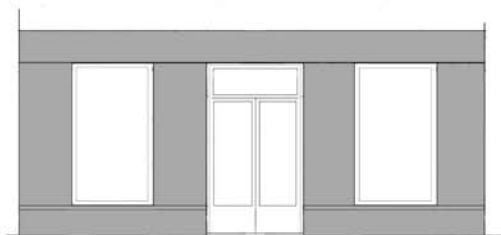
L'habillage est formé d'un assemblage de panneaux de bois moulurés occupant la totalité du rez-de-chaussée, autour des ouvertures.

Un panneau horizontal vient couronner les panneaux des trumeaux. Sur ce panneau on trouve le nom du commerce, les appareils d'éclairage et, s'il y a lieu, un auvent.

Les ouvertures n'ont aucune subdivision ou carrelage.

La porte d'accès au commerce est située au centre et est à deux battants. Elle est surmontée d'une imposte vitrée.

Les panneaux des trumeaux peuvent être habillés de verre ou de porcelaine. Sur ces surfaces se retrouvent des images ou inscriptions relatives à l'activité marchande de l'occupant.



-2-

hélène thibault

architecte

1026 rue saint-jean bureau 102, québec, québec g1r1r7 418 692 1909



PLACE ROYALE
Québec

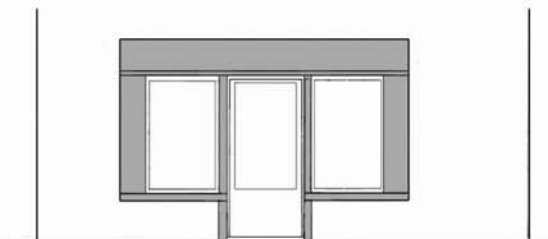
Type 2 : Devanture à coffrage, « allégée ».

L'habillage est formé de panneaux de bois moulurés qui encadrent les ouvertures dédiées à la fonction marchande.

Les ouvertures n'ont aucune subdivision ou carrelage.

La porte d'accès au commerce, d'un seul battant occupe l'une des travées ; elle est préférablement placée au centre des ouvertures.

Un panneau horizontal vient couronner les panneaux posés à la manière de vantaux. Sur ce panneau se trouve le nom du commerce, les appareils d'éclairage et, s'il y a lieu, l'auvent.



-3-

hélène thibault

architecte

1026 rue saint-jean bureau 102, québec, québec g1r1r7 418 692 1909



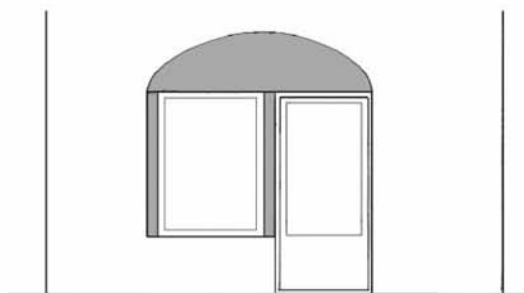
PLACE ROYALE
Québec

Type 3 : Devanture de « boutique à arcade ».

La maçonnerie « encadre » la fenêtre (l'ouverture) de la boutique dont le profil supérieur est arqué (arc en plein cintre ou en anse de panier).

Le tympan arqué est vitré ou habillé d'un panneau de bois, au dessus des ouvertures. Sur le tympan on trouve le nom du commerce, les appareils d'éclairage et, s'il y a lieu, l'auvent.

À cause de son caractère irréversible, ce type de devanture n'est autorisée que sur les bâtiments dits « d'accompagnement ».

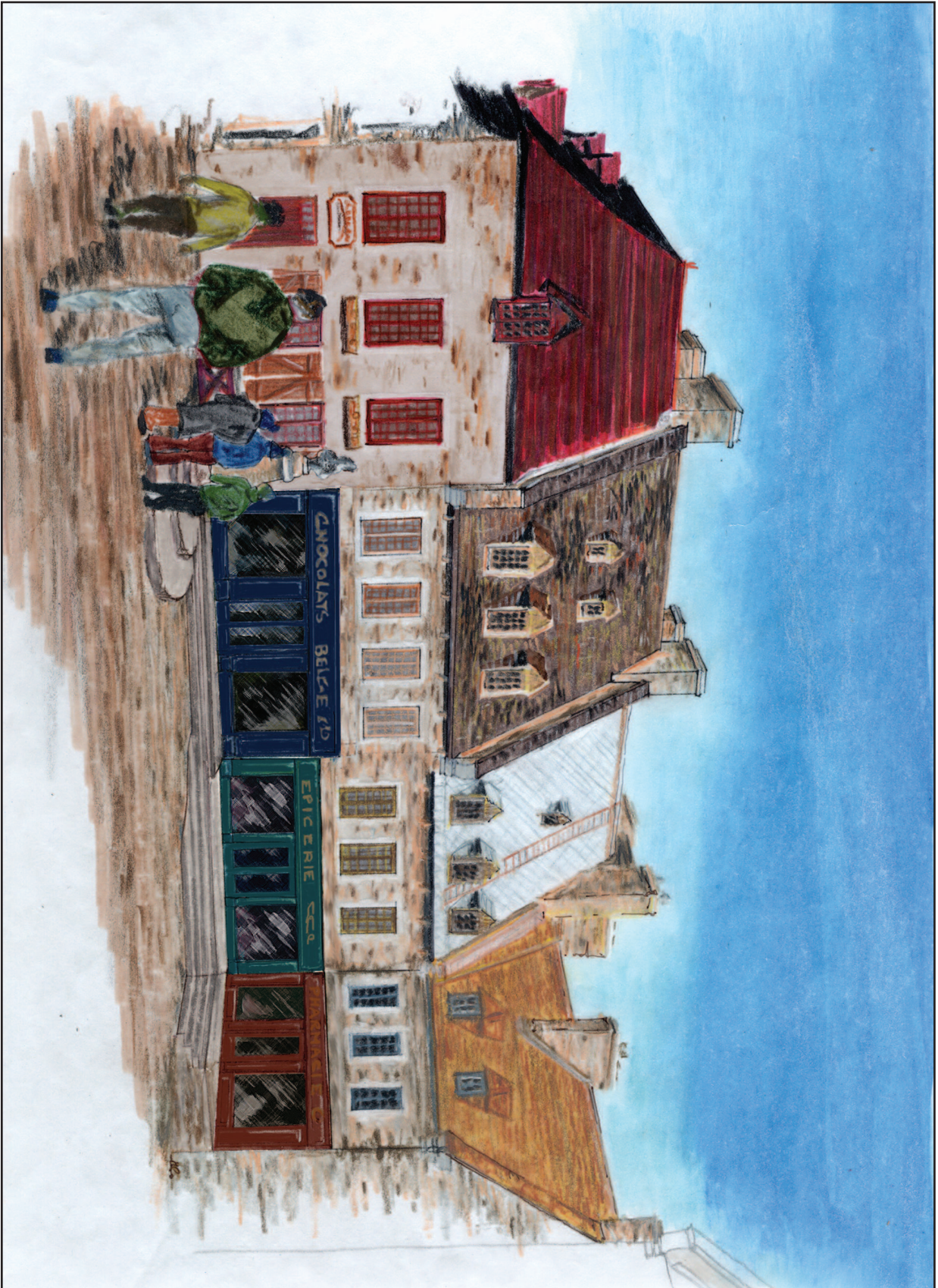


-4-

hélène thibault

architecte

1026 rue saint-jean bureau 102, québec, québec g1r1r7 418 692 1909



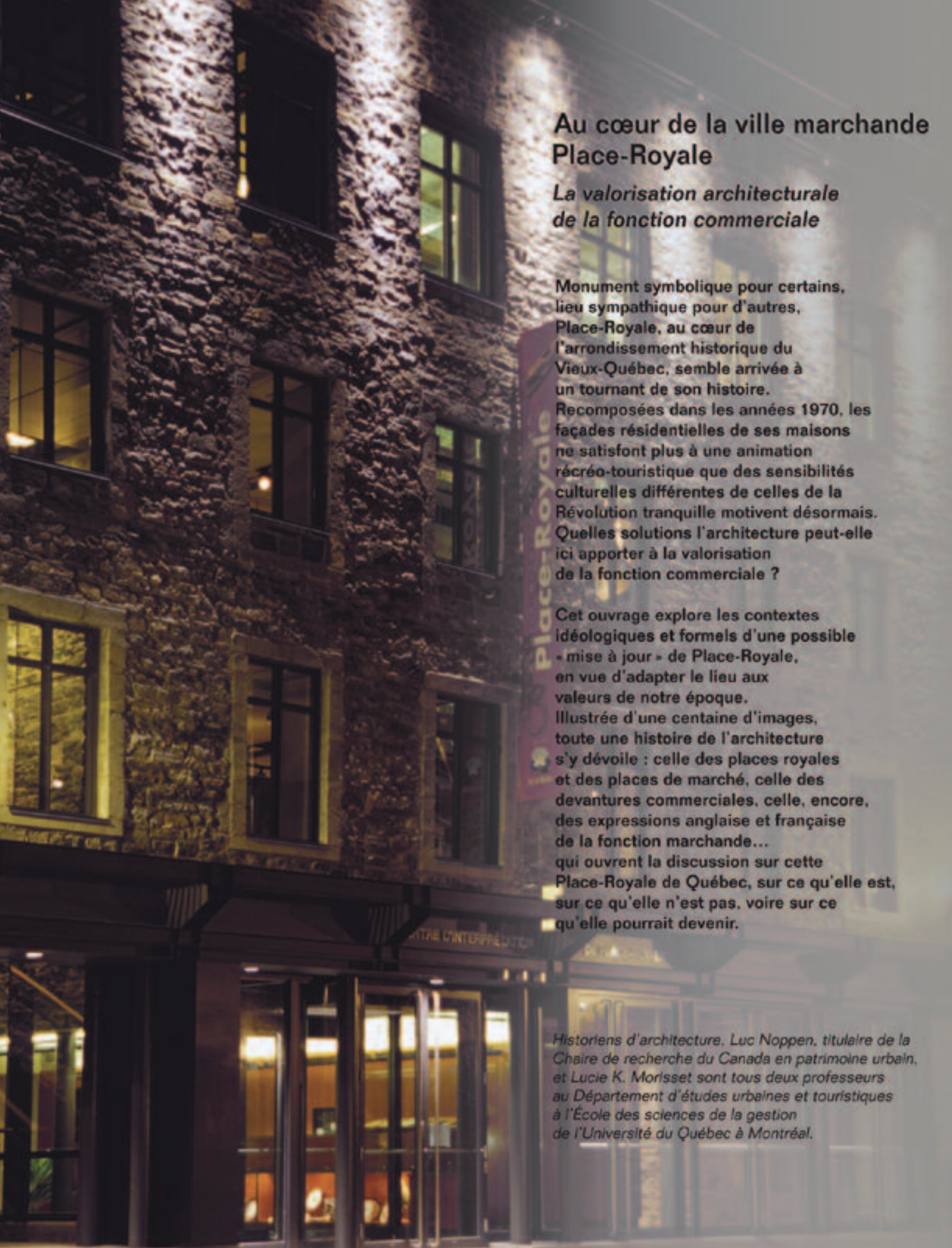
Annexe 2

Carte illustrant la répartition des interventions en fonction des critères de design proposés



Disponible dans cette collection :

- N° 03-07-P *Au cœur de la ville marchande, Place-Royale – La valorisation architecturale de la fonction commerciale – août 2003*
(Luc Noppen, Lucie K. Morisset)
- N° 02-01-D *Les développements technologiques et numériques dans le domaine de la musique – État de la situation – février 2002*
(Anne-Marie Gill, Françoise Montambeault)
- N° 02-02-D *L'industrie du disque et du spectacle de variétés au Québec – Portrait économique des entreprises – février 2002*
(Marc Ménard)
- N° 02-03-L *La librairie agréée au Québec : sur la concordance entre les critères d'agrément et la réalité économique – février 2002*
(Marc Ménard)
- N° 02-01-C *Dix ans d'aide fiscale au cinéma et à la production télévisuelle au Québec – février 2002*
(Dominique Jutras)



Au cœur de la ville marchande Place-Royale

La valorisation architecturale de la fonction commerciale

Monument symbolique pour certains, lieu sympathique pour d'autres, Place-Royale, au cœur de l'arrondissement historique du Vieux-Québec, semble arrivée à un tournant de son histoire. Recomposées dans les années 1970, les façades résidentielles de ses maisons ne satisfont plus à une animation récréo-touristique que des sensibilités culturelles différentes de celles de la Révolution tranquille motivent désormais. Quelles solutions l'architecture peut-elle ici apporter à la valorisation de la fonction commerciale ?

Cet ouvrage explore les contextes idéologiques et formels d'une possible « mise à jour » de Place-Royale, en vue d'adapter le lieu aux valeurs de notre époque. Illustrée d'une centaine d'images, toute une histoire de l'architecture s'y dévoile : celle des places royales et des places de marché, celle des devantures commerciales, celle, encore, des expressions anglaise et française de la fonction marchande... qui ouvrent la discussion sur cette Place-Royale de Québec, sur ce qu'elle est, sur ce qu'elle n'est pas, voire sur ce qu'elle pourrait devenir.

Historiens d'architecture, Luc Noppen, titulaire de la Chaire de recherche du Canada en patrimoine urbain, et Lucie K. Morisset sont tous deux professeurs au Département d'études urbaines et touristiques à l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal.