

DEUXIÈME PARTIE

D'un rythme à l'autre

Atmosphère

Céderons-nous, Madame, à la mode ? Une ville moderne ? Un reportage se compose dans le brouhaha et le mouvement. On évoque Paris, New-York, Shanghai. On juxtapose quelques visions cosmopolites, clichés de jour, visions nocturnes, et l'on aligne, si possible, quelques phrases réticentes sur les bouges pour satisfaire à la vogue de la sexualité.

Mettons-y moins de hâte, Madame, si vous le voulez bien. Laissez-vous conduire par quelqu'un qui n'a d'autre but, au risque de vous étourdir un peu, que de vous distraire.

Ce que c'est que l'atmosphère d'une ville ?

Mille riens qui traînent partout comme une poussière. Pour en pénétrer le charme, il faudrait capter les détails les plus infimes. Il faudrait surtout aimer dans le sens, vous savez, que donne à ce terme la douloureuse Catherine Mansfield, aimer le spectacle dans ses plus humbles accessoires. Muser, flâner, accrocher son regard à des vétilles, comparer, évoquer, penser, chanter. Eloge de l'étourdi ! Ne le dites à personne.

Le modernisme juxtapose patiemment ses touches comme un impressionniste. Il y a le bruit, le mouvement

et il y aura tantôt la lumière. Mais voyez : ce qui fait que Bruxelles n'est plus ce qu'il était, même lorsque la charpente est sauve, c'est une multitude d'éléments qui sont entrés déjà dans les habitudes. Voyez : caniveaux électriques, réverbères, lampadères qui ont abdiqué les manchons blancs de l'éclairage au gaz. Ce kiosque, où vous achetez vos journaux, dites encore « aubette » pour mon plaisir, est agrandi. L'agent à poste fixe, coiffé d'une salade blanche, déclenche des sonneries. Il allumera tantôt des yeux verts et rouges. Vous vouliez toucher du doigt les métamorphoses. Appliquez-vous à les toucher du regard, sans effort. Vous constaterez que rien n'est indifférent pour qui veut conserver quelque jeunesse. Jeunesse, possibilité de s'étonner. Il n'est pas de préoccupation à dédaigner. Il n'est pas d'art mineur.

Le vieux citadin le sait bien. Il existe. Il s'incarne dans quelque vieux vagabond aux chaussures éculées qui contemple, les yeux candides, l'automobile qui passe, le cortège qui défile.

Vous irez peut-être au Salon de l'Automobile, au Salon de la T. S. F. et tantôt à la Foire Commerciale, pour entendre le modernisme parler son langage chez lui et surveiller l'accent qu'il prend ici. Vous ne serez, croyez-m'en, guère mieux placée qu'ailleurs. Bruxelles est partout à Bruxelles. Faisons un tour, voulez-vous, dans le parc aux attractions de la publicité.

Publicité, « advertising art », comme l'expriment les Anglais. L'art moderne par excellence. Vous imaginez-



vous seulement le collectionneur qui aurait gardé la série d'affiches la plus représentative depuis Chéret?

La publicité est-elle un art? Vous le qualifiez de mineur? Mais n'occupe-t-il pas dans notre existence une place que bien des majeurs lui envieraient? Voulez-vous le traiter d'une manière péjorative, parce qu'il est pratique, on dit pragmatique. Sa devise est « réussir et séduire ». S'imposer est son mot d'ordre. Il l'a passé à pas mal de nos contemporains. L'image prend un relief, grâce à lui, qu'elle n'a jamais eu et si ce n'était que l'image! Il s'agit de capter l'attention comme un oiseau et de la lâcher avec le nom d'un produit inscrit sous l'aile.

L'affiche, l'annonce.

Louis Chéronnet, critique français, s'est consacré à ce chapitre un peu dédaigné de l'histoire des Arts graphiques. N'aimez-vous pas ces spécialistes qui préfèrent la petite histoire à l'épopée? Ils dépouillent les documents dédaignés par les grands chroniqueurs et lisent l'éthique de leur temps sur la grenaille des événements. Placez Chéronnet sous Auguste, Gustave Fréjaville, Maurice Verne sous Périclès ou sous Néron, et nous aurions, mieux que par quiconque, les rues grecques, les rues romaines, les petites gens et leur vie.

« Tous les arts, dit Chéronnet, en un tour un peu romantique, mais qui ne manque pas d'exactitude, ont offert à la publicité un tribut dont elle a su merveilleusement user. Son système graphique et plastique est parfaitement achevé. La peinture lui a donné l'affiche, le dessin

les marques de fabrique, les en-têtes ; la sculpture, les mannequins et les automates. L'architecture et sa fille, la mise en scène, lui ont suggéré l'étalage. L'éloquence lui permet le prospectus. Il n'est pas jusqu'à la divine musique qui ne lui ait fourni autrefois les mélopées sur l'air desquelles se proposaient les artichauts et le cresson des fontaines. »

Voyez maintenant la ville à ce point de vue.

Votre plaisir en sera décuplé.

La publicité est un art hybride et complet. Il est né au XIX^e siècle. Nous en cueillons toute la floraison. Chéret, Steinlen, Toulouse-Lautrec furent les premiers affichistes de France.

Depuis, quels progrès ! L'enfant discrète est devenue une turbulente jeune fille. La réserve ne l'étouffe pas. Elle a des appels imagés et des œillades prometteuses. L'obsession commence : Sherry de mon chéri, Mon Savon, Machines à écrire, Automobiles, Bijoux d'aureum. La pacotille voisine avec les produits de luxe. C'est à qui d'entre eux criera le plus fort. La tentation s'introduit dans les cervelles et gonfle comme une poire d'angoisse.

Est-il question de Bruxelles ?

Supprimez la publicité et vous verrez quelle physionomie son modernisme ferait. L'affiche anime la ville. Elle la rehausse, elle la décore. Le panneau réclame camoufle les chantiers et masque les murailles lépreuses. Statique encore, par bonheur, elle a toujours la lenteur des projections lumineuses, mais demain ne nous la livrera-t-il pas parlante, mouvante ?

Bruxelles, il faut vous le concéder, Madame, est tributaire de l'étranger. Un produit voyage maintenant comme une « star » avec ses agents. Il emporte ses réclames, ses prospectus, ses affiches, dans ses bagages.

Au sud : la France. La publicité française éclipse les autres. A l'est : l'Allemagne. Elle nous fournit encore sa camelote sans grand tapage. Mais elle sait que sa bière est un fourrier précieux. Elle compte sur lui pour se réconcilier avec le monde. L'Angleterre fait fond sur un crédit ferme. Peu d'affiches anglaises sur les murs dorsaux de l'Hôtel de Ville et sur les flancs des colonnes Morris. Les Américains font dessiner à Paris les cartons et les calicots qui exaltent les mérites de leurs mécaniques. L'Italie vante un fromage et quelques vermouths. L'Espagne, ses oranges et un apéritif. Pour prendre le sens du monde, vous irez de préférence dans une agence de tourisme.

Regardez les affiches, Madame, même à Bruxelles. Le cubisme, qui est né d'une boutade de rapins vers 1906, est entré dans l'optique populaire grâce à elles. Il s'est épanoui en 1926, à l'Exposition des Arts décoratifs. Il avait conquis la rue. Rappelez-vous Cappiello. Une technique, une époque. Avant guerre ! Il y eut le genre Cappiello, car il suscita bon nombre d'imitateurs. Ouate Thermogène, Vermouth de Turin. Un protagoniste brossé de couleurs crues, comme sous un projecteur. Puis la technique change : Valerio, Cassandre, Loupot sont entrés dans la carrière.

Vous connaissez Cassandre. Ses réclames pour l'Etoile du Nord ou le Train bleu, rails qui joignent une étoile, locomotive vue des boggies en perspective, ont des rigueurs d'épures.

Vous apprendrez à regarder les panneaux éphémères, dressés pour prendre vos regards aux lacets et à lire les paraphes des artistes qui les ont dessinés. Vous verrez qu'ils sont, comme un publiciste l'a dit, révélateurs d'une psychologie, force chez l'Allemand, grâce chez le Français, drôlerie chez l'Anglais. Tous les pays d'Europe, l'Amérique et le Japon comptent des peintres publicitaires de première valeur. Et le nôtre ?

La Belgique aussi, n'en doutez pas.

L'affiche de l'Exposition d'Anvers, un bateau rouge passant derrière une colonne torse, vous a séduite. Elle était l'œuvre d'un Suisse qui travaille ici. Il s'agit de Marfurt qui s'inspira des conseils de de Praetere, artiste belge, installé en Helvétie du temps où il était attaché aux services de publicité de la Maison Maggi. Vous connaissez encore son Roi de Pique, visage de Gambrinus couronné qui s'abreuve de bière dorée, les lèvres goulûment appuyées à une chope à facettes. Bière Pick Roelandts. Un petit chef-d'œuvre ! Vous connaissez les trois jeunes filles pour marque de cigarettes. Il est aussi Francis Delamare, autre virtuose. Vous avez remarqué les variations qu'il a faites pour l'Union Match : cheval, trirème nés d'une boîte et de quelques allumettes, et autres créations saisissantes.

La publicité, c'est une tactique. L'agent publicitaire

vous en expliquera les détours. Internationale en principe, elle ne peut cependant ignorer les habitudes nationales. Elle ne manœuvre pas au boulevard Anspach comme au boulevard Haussmann.

Allons, si vous le voulez bien, rue de l'Amigo ou dans quelque coin lointain de Molenbeek-Saint-Jean. Nous inspecterons à l'aise une muraille couverte de feuilles larges et drues. Nous épellerons ensemble les affiches des notaires, noires et jaunes, les appels bilingues de l'administration communale, les panneaux qui vantent une lotion capillaire, un film à épisodes, un roulement à billes.

La presse à Bruxelles ?

Que voulez-vous que je vous dise ? Faites un éventail de tous les journaux édités ici et vous verrez son importance, quotidiens, hebdomadaires, mensuels. La presse quotidienne a un accent assez pur tant en français qu'en flamand.

Mais pourquoi ce sujet scabreux ?

Elle n'est ni néerlandaise, ni française. Il faut ajouter, chaque fois que l'occasion s'en présente, que, pour la Belgique autant que pour Bruxelles, les influences, d'où qu'elles viennent, se transforment. L'on croirait qu'elles filtrent dans une couche de terreau qui leur donnerait une autre saveur.

D'une manière générale, la presse bruxelloise s'est mise au goût du jour. Elle y a, sans aucun doute, perdu en personnalité, puisque, en ce qui regarde l'information, l'aval de quelques agences lui suffit. Les jours ne sont plus où les lecteurs achetaient la *Chronique*, le *Peuple*, pour assister aux cabrioles étincelantes d'Edmond Picard. L'*Etoile Belge* soutenait ses tirages grâce à la signature de Lucien Solvay et la *Gazette* s'enorgueillissait de posséder comme critique littéraire Edmond Cattier.

Mais il se dépense, dans toutes les feuilles, beaucoup de talent, et le niveau est plus élevé qu'autrefois et la tenue moins débraillée. Le « tabloid » américain a exercé quelques ravages, mais l'on commence à se rendre compte que ce n'est pas pour publier à l'américaine des photos de la « Wild World » et s'annexer un reporter sportif qu'un journal est modernisé. Le jour n'est pas loin où la presse belge se suffira à elle-même.

Feuilletez, si vous en avez l'occasion, quelques collections des vieux journaux d'antan. Il est à la Bibliothèque royale de respectables vieillards qui se livrent à cette joie. Papiers jaunis, rubriques décolorées : *National*, *Réforme*, *Petit Bleu*, *Chronique*, *Gazette*. Vous comparerez. Le *Soir*, la *Dernière Heure*, le *Vingtième Siècle*, la *Libre Belgique*, la *Gazette*, le *Peuple*, presse quotidienne, presse de luxe, presse illustrée. Presse flamande, presse sportive. Il n'est pas douteux que la masse lit davantage qu'autrefois. Feuilletez aussi une collection du *Pourquoi Pas?* Elle vous déridera et vous fera également

parcourir ce chemin, du côté coulisses, qui sépare 1910 de 1932.

Alors, chère Madame, les plaisirs de la rue viennent vous renforcer dans votre inconstance. De la publicité à la presse, de la presse à quel nouveau spectacle?

Parmi les petits annalistes, nous rangions tantôt Fréjaville, Verne, Legrand-Chabrier, qui se sont attachés, en France, au monde des acrobates et des banquistes. Vous avez reconnu qu'au cirque comme au music-hall il est pour l'observateur une matière savoureuse. Nous possédons un chroniqueur de ce genre. Il n'en est guère qu'un seul. C'est Georges Garnir. Il a hanté plus spécialement les théâtres à revues et les cafés-concerts, puisqu'il fut chansonnier et revuiste.

Les *Souvenirs d'un Revuiste* ont déjà pris place dans ce que vous appelez si joliment votre bibliothèque folklorique.

Spectacles! Bruxelles est la patrie des cinémas somptueux. Il ne manque pas de théâtres. L'histoire des divertissements en Brabant nous renseignera, un jour, sur ce sujet.

Vos père et mère ont peut-être raconté que, lorsqu'ils étaient jeunes, ils partageaient leur temps entre le *Théâtre de la Monnaie* et l'*Eden Théâtre*.

Savez-vous ce que c'était que l'*Eden Théâtre*? Vous n'avez pas connu le *Casino de la Bourse*? Et l'*Olympia*, théâtre de bois qui poussa, contemporain de l'Exposition de 1897, à la gare du Midi, non loin des Abattoirs? Vous

vous souvenez à peine du Cabaret Artistique, du Victoria? Où est le café-concert d'antan?

Spectacles.

Garnir n'a eu, vous disais-je, qu'à retracer l'évolution de la revue de fin d'année pour écrire un livre plus attachant qu'un roman. C'est elle, métamorphosée, d'intime qu'elle était à la Scala, place de Brouckère, à l'Alcazar, rue d'Arenberg, au Diable au Corps, à la Maison du Rire, qui est devenue le somptueux cocktail que vous appréciez.

Il y a quelque distance entre le méchant piano sur lequel le chansonnier moquait en musique la voix chevrotante et la poitrine d'esthète de Sarah Bernhardt et l'orchestre étincelant qui scande la danse échevelée d'acrobates nus. Mistinguett l'Ixelloise, de ses jambes nerveuses, a lancé les premiers pas de la revue trépidante. Derrière sa silhouette emplumée, s'aperçoit celle de Maud d'Orby, autre étoile fixée au firmament bruxellois lorsque le *Théâtre des Galeries* lui-même sacrifia au goût du jour. Etait-ce le temps peut-être où Maubourg chantait la romance, où Crommelynck, Lejeune et Nossent formaient un trio extraordinaire? Deltenre avait inauguré un genre qui donna l'idée, sans doute, de Beulemans à Fonson et Wicheler. Le Cirque Royal organisait des pantomimes nautiques.

Voilà-t-il pas que vous bâillez, Madame?

ALBERT GUISLAIN

BRUXELLES

Atmosphère 10-32

PHOTOS DE WILLY KESSELS

1932

L'ÉGLANTINE

Paris - Bruxelles