LES JOURNAUX MONDAINS DES ALPES-MARITIMES DE 1880 A 1939

Suzanne CERVERA

Résumé d'une thèse soutenue à l'Université de Nice sous la direction de M. Schor

Parmi la floraison de titres qui paraissent grâce aux lois de liberté de la Troisième République, la place des revues régionales du littoral des Alpes-Maritimes, et particulièrement des revues mondaines est tout à fait exceptionnelle. Certaines années fastes, 1881 par exemple, ou première décade du XXe siècle, en paraissent près d'une centaine, dans l'élan d'un âge d'or pour la presse. Décentralisation littéraire faisant de Nice un satellite parisien, renouveau démocratique et politique stimulant, collaborations de qualité, liberté et loisir d'écrire pour une catégorie sociale privilégiée, expliquent ce jaillissement qui émerveille les fondateurs eux-mêmes. *La France méridionale* fait ainsi part de sa naissance : « Encore un nouveau journal à Nice ! ... Comme si besoin s'en faisait sentir ? Et pourtant, l'idée est originale . C'est de la bonne décentralisation littéraire ... Cette innovation dans la presse de province a surtout de grandes chances de succès à Nice, qui est après tout, en hiver, le boulevard de Paris. »[1]

A journaux il faut des journalistes, quoique les journaux mondains récusent cette appellation qu'ils considèrent comme relevant davantage du labeur que du talent. « Il y a des journalistes, il en pousse constamment, surtout à Nice, et des journaux donc! J'en compte déjà 166, et il va en éclore encore six douzaines, d'ici les élections !... » s'exclame Jean Du Maine , directeur de *Nice littéraire*, dans une boutade intitulée « Bavardage ». Au travers de cette inflation saisonnière, à visée apparemment commerciale, se fait jour un véritable besoin de communication, d'expression libre à la fois des hôtes du littoral, d'écrivains amateurs et de chroniqueurs qui se font leurs porte-parole : « La plupart de nos collaborateurs appartiennent à la plus haute classe de la société, celle qui sait penser et peut d'autant mieux écrire qu'elle possède tous les loisirs d'observer. »

Des coteries s'expriment, des réseaux s'entremêlent, intégrant le tissu local. En feuilletant ces milliers de pages, on voit apparaître un microcosme culturel d'une vitalité étonnante. Comment se définissent ces revues ? Leur titre, les indications figurant à leur bandeau, permettent de juger de leur caractère, même si la suite de leur parution ne répond pas toujours à l'effet d'annonce d'un programme ambitieux. « Notre programme est connu : littérature vraie, soignée, comptes rendus artistiques et mondains, sans passions, sans parti pris, sincères ... Notre journal est une œuvre saine, loyale, à l'abri des suspicions douteuses. »[2]

Ainsi s'annonce *Nice littéraire*, tandis que dans le *Monte Carlo*, le directeur, Louis Lemercier de Neuville, qui rimaille à ses heures, nous décrit en vers l'année de sa « feuille hebdomadaire ». Comme ses sœurs elle paraît à partir de l'entrée de saison, fin novembre, quelquefois plus tôt pour les plus zélées, et fait ses adieux fin avril, après les régates et les corsos, sauf pour les très rares revues qui paraissent tout l'été, à un rythme ralenti cependant.

« Depuis le vingt-un novembre
Chaque semaine, assidûment,
Pour vous elle a gardé la chambre
Et mis la presse en mouvement,

Elle a donné le nom des hôtes
Qui s'arrêtaient dans le pays ;
Elle a décrit les monts, les côtes
Et les forêts et les logis ;

---

1 *La France méridionale*, 21 décembre 1881

2 *Nice littéraire*, 3 novembre 1895, "Aux lecteurs", 17 novembre 1898, 12 décembre 1901

Elle a célébré les victoires
Des comédiens et des chanteurs,
Raconté bon nombre d'histoires
Pour distraire ses bons lecteurs ;

Elle a fait, - suivant les usages -,
Des articles d'actualité,
Et consacré de grandes pages
Aux choses de publicité.

Bref, - sacrifices exemplaires -,
Elle a pris du papier glacé
Avec de jolis caractères,
Pour que l'œil ne soit pas lassé.

Ceci, c'est du travail, je pense !
Elle peut donc, avec raison,
Prendre une petite vacance
Jusqu'à la prochaine saison . »[3]

• De la chronique d'une villégiature mondaine à la promotion d'un pôle touristique

Comment se présente un journal mondain, dont le titre formule du rêve, sur un bandeau plein de promesses ?

Imaginons une « entrée de saison » de la « Belle Epoque » : de belles mains baguées tiennent ouvertes quelques pages, des yeux cherchent négligemment des noms d'aristocrates, d'hommes de lettres, de muses connus, dans les listes d'hôtes et d'étrangers, repèrent réceptions et spectacles où se montrer, renouer amitiés et connivences, consultent notes pratiques et réclames pour organiser un hiver de bien-être et de fêtes, autour de services discrets, disponibles et fidèles.

Années vingt, années trente : le décor change. Palaces, piano-bars, cinémas, volutes bleues des fume-cigarettes ou fragrances épicées des cigares d'Outre-Atlantique, mise en images d'une mer éternelle et de ses adeptes d'été, luxe des automobiles et des longues silhouettes sur papier glacé, revues mondaines ou touristiques incitent au départ vers le Passé ou l'Ailleurs.

Chacun de ces « follicules » recèle une part de ciel, de nature, d'humanité, de pensée, et peu à peu se recrée toute une part de la vie passée de la Riviera, bruissante de joutes verbales, de plaisirs partagés, d'activité bâtisseuse, dans la lumière de l'éclatant soleil sous lequel la mer miroite. Poétique et retirée, la vie régionale y frémit de force contenue..

L'extraordinaire variété des titres et des formules obéit dans l'ensemble à un modèle général qui évolue avec les techniques d'impression, les formats, la mode, et le contact stimulant des autres formes de presse, grande presse écrite puis illustrée, presse radiophonique et cinéma. On arrive à distinguer tout de même trois tendances dans la presse mondaine des Alpes-Maritimes.

• Une presse échotière diffuse les annonces et colporte des potins qu'elle maîtrise ou qu'elle invente.

---

[3] *Le Monte Carlo*, "Chronique rimée" , "Adieux", de L.Lemercier de Neuville, 15 mai 1898

• Des feuilles à tendance plus politique tentent, elles, d'exercer une forte pression sur l'opinion, pour ou contre un personnage, un parti ou une idée. Rares sont les journaux mondains qui ne sont pas dans ce cas, leur neutralité, presque impossible, étant tributaire de leurs besoins financiers.

• Enfin, surtout à partir des années vingt, cette presse affiche une dominante touristique**.** Les hommes d'entreprise veulent mettre la Côte d'Azur au cœur d'une économie de plus en plus large et complexe. Derrière l'écran du rêve se profilent des réseaux d'affaires.

L'organisation générale de ces périodiques reste classique jusqu'à la guerre de 1914-1918, et, pour certains, même au delà : une première page éditoriale, une seconde plus locale et plus mondaine, une troisième page qui sert de vade mecum, une dernière davantage publicitaire. S'ajoutent les « listes » d'hôtes, et, sur des formats de plus en plus maniables dans les années trente, un étalement des rubriques de plus en plus envahies d'images et de publicité.

Trois espaces peu à peu définis se partagent la publication et la signification des journaux mondains de Alpes-Maritimes : Nice ; le littoral est, avec Beaulieu, Menton, Monaco, Villefranche ; le littoral ouest, avec Antibes, Cagnes-sur-mer, Cannes, Juan-Les-Pins

Nice rassemble le plus grand nombre des titres, et ses imprimeurs disposent dans la première période d'un quasi monopole ; cependant l'intitulé du bandeau ou le siège de la rédaction permettent de préciser la localisation du journal, parfois imprimé à Nice pour le compte d'une autre station.

Il n'est pas très pertinent de calculer la durée moyenne de ces périodiques car on peut observer qu'ils sont d'une durée particulièrement inégale, du numéro unique pour quelques-uns à de longues séries dignes de la grande presse pour d'autres. On s'attend à retrouver dans la plupart de ces journaux de saison un caractère très éphémère. Or certains réussissent à passer le cap de la première guerre mondiale et continuent à paraître jusque dans les années trente, comme *Les Echos de Nice, Nice littéraire,* ou *L'Union artistique et littéraire.* Pour d'autres, la parution sous des dénominations différentes peut se poursuivre assez longtemps.

Leur durée de vie permet de distinguer quelques grandes catégories :

• Des feuilles circonstancielles, près de cinquante pour cent, parfois réduites à quelques numéros, durant une à trois saisons, dont la création est déterminée par le lancement d'un « produit » commercial. Cela peut être un projet politique ou satirique, comme *Méphisto* ou *La Casserole,* une candidature à des élections, tel *L'Avenir du Littoral* ou *L'Hebdo de la Riviera et de la Corse,* un hôtel, une station, un lotissement, un spectacle, comme *Les Cigales de Juan-les-Pins,* ou un produit financier comme *Riviera Revue*. Ces feuilles sont souvent liées à de petites stations et leur titre n'est pas toujours en rapport avec leur finalité réelle.

• Des journaux à durée de vie courte, environ cinq pour cent, qui sont créés avec des moyens importants et des vues intéressantes, mais mal ciblés par rapport à la clientèle potentielle, trop politisés, ou victimes de circonstances exceptionnellement défavorables, comme la mort imprévue de leur fondateur, un grave incident technique qui compromet leur équilibre financier. On trouvera dans ce groupe *La France méridionale, Nice mondain,* ou *Le Réveil de Cimiez,* par exemple.

• De bons journaux solides et assez polyvalents, dix pour cent environ, qui durent de huit à vingt ans, avec des équipes durables, un projet intéressant, une relative neutralité qui leur évite de se compromettre, des appuis financiers ou politiques discrets mais efficaces. On pourrait trouver dans cette catégorie *Le Monde élégant, La Saison de Nice,* ou *L'Hiver au Soleil*.

• Des titres exceptionnellement durables : ils sont vingt pour cent environ et tirent cette longévité de la personnalité de leur directeur ou fondateur qui veille à la richesse, à l'équilibre, au renouvellement pondéré du contenu et de l'équipe rédactionnelle. Des

circonstances favorables, financières, politiques ou familiales, un contenu essentiellement littéraire, une relative indépendance vis-à-vis de la publicité, entourent en général la vie de ces journaux. *L'Union artistique et littéraire,* avec plus de quarante ans de parution par dessus la césure de la première guerre mondiale, raison d'être d'une femme originale et indépendante, la comtesse de Sauteyron, est, avec *Nice littéraire* et *Les Echos de Nice*, tous deux produits d'équipes familiales soudées, le plus représentatif de ces journaux de longue durée, capables de fidéliser des lecteurs et de les retrouver malgré certains aléas.

• Des journaux à thème, dix pour cent environ, dont la durée est variable, mais qui comptent davantage sur la fidélité de leur lectorat que sur une aide publicitaire, à l'exception de ceux dont le thème est commercial ou touristique. *L'Indicateur de Menton* ou *La Côte d'Azur et les Alpes françaises* correspondent à un désir de promotion d'une station ou d'une région, mais aussi au projet personnel de leur fondateur. On peut mettre dans cette catégorie *La Curiosité,* à thématique scientifique, *La Gazette rose*, qui tente de dévoiler les mystères du jeu, *Le Petit Poète* ou *La Pensée sur la Côte d'Azur,* qui regroupent des contributions littéraires et poétiques. Quant aux *Rives d'Azur*, ou *Sur la Riviera,* ils se vouent aux permanences aristocratiques et aux nostalgies.

• Des journaux en langue étrangère, à peu près cinq pour cent de l'ensemble, chargés d'une mission de représentation pour leurs ressortissants par leur pays d'origine, ou d'une mission tout court comme *Le Messager franco-russe* chargé de promouvoir l'alliance de même nom. Il peut y avoir alors pérennité du personnel, ou recrutement dans la même famille, comme pour *The Continental Weekly,* avec les Villiers-Barnett à Monaco, ou maintien du titre avec rotation des rédacteurs en chef, cas des journaux de langue allemande, comme *Riviera Fremdenblatt.*

Le rythme et la durée des parutions varient suivant l'époque et le lieu. Nice rassemble l'essentiel des journaux mondains de l'époque qui précède la guerre de 1914-1918, en plusieurs vagues de créations, qui correspondent aux lois de liberté de la presse, à l'Exposition Internationale de Nice, à la décade du début du XXe siècle, et aux quelques années qui précèdent la guerre. Après celle-ci, les années vingt voient encore une floraison de revues niçoises, mais le littoral ouest avec Cannes et Juan-les-Pins développe une presse spécifique, parfois commerciale, souvent en langue étrangère, qui mise sur une image de luxe et de tourisme, rejoignant en cela la presse du littoral est, marquée du même esprit par la présence monégasque.

Ainsi les journaux mondains suivent-ils dans leur développement géographique l'étalement du tourisme dans l'espace le long du littoral, tandis que les parutions se multiplient, refaisant surface une année après l'autre sans pour autant durer, ce qui permet de douter de leur efficacité.

Comment les titres se choisissent-ils ? Un rapport de police de juillet 1925 nous explique que M. Trarah, sujet britannique et directeur de l'imprimerie Coopérative mentonnaise, qui se propose de créer un journal en langue française à partir du 15 septembre, adresse une circulaire à quelques notabilités et aux personnes intéressées, pour qu'elles proposent un titre qui sera déterminé par cette sorte de consultation populaire. Au milieu de cette floraison de feuilles concurrentes, le titre doit sonner comme un coup de clairon, le signe de reconnaissance d'une certaine communauté. Les titres ont un effet d'annonce indéniable, un éditorial de *La Saison de Nice* explique son objectif après trente six hivers de parution : « Un organe tel que le nôtre dont le titre, seul, indique suffisamment sa tâche et son but,

devait légitimement aspirer, par son caractère essentiellement mondain, littéraire et artistique,à prendre une très large place sur la rive enchanteresse du Pays Bleu ».[4]

A partir de 1881, la notion de « Monde » apparaît dans plusieurs titres. Il ne s'agit pas alors de l'ensemble de la terre et des astres, mais d'un système organisé autour de l'élite sociale aristocratique, riche, et internationale qui, depuis le milieu du XIXe siècle et surtout depuis le Second Empire et le rattachement de Nice à la France , vient passer l'hiver sur le littoral méditerranéen. Ainsi, *Le Monde à Nice et à Monte Carlo, Le Monde élégant* énoncent dès l'abord leur contenu, tandis que l'épithète « mondain » représente plutôt une vocation lorsqu'il s'associe à un concept central, substantif, lieu, ou définition géographique : nous trouvons alors *Littoral mondain*, mais aussi la série, en parution parallèle, *de Nice mondain, Cannes mondain, Menton mondain*. La notion de mondanités s'associe au substantif « vie », idée forte réutilisée à plusieurs reprises comme dans les titres *La Vie mondaine, La Vie élégante* ou *La Vie élégante et mondaine*, donnant l'impression que la vraie vie est justement celle, toute de fêtes et de futilités, de ce « monde », et réside dans cette succession d'épisodes que leur compte rendu transforme en « événement », comme dans *L'Actualité* ou *Croquis mondains.* Une semaine après avoir signalé à l'attention de la charité bienveillante de ses lecteurs la catastrophe de Courrières en une dizaine de lignes sur la largeur d'une colonne, *Nice Littéraire* relate la bataille de fleurs sur une pleine page qui met en scène des personnalités connues : « Le vis-à-vis de Mesdames Jules Le Tainturier et Dominique Durandy, très coquettement garni d'anthémis et d'œillets rouges, noués par de larges nœuds de ruban, suivait le landau de Mademoiselle Marquet, affectant la forme d'un panier rustique, capitonné d'œillets, et orné de boules de neige liées de ruban ciel. »

Il s'agit des deux filles d'Alfred Borriglione, ex-maire de Nice de 1878 à 1886, et de celle de Albert Marquet, personnalité belge puis niçoise, fondateur de multiples casinos[5]. *Le Journal mondain de la Riviera* tente, en 1919, « trait d'union entre les gens du monde », de ressusciter ces fastes, mais la mort de son directeur Jacques de Chancelle le prive de cette vocation.

La notion d'élégance est reprise dans *Nice élégant* et le *Tout Nice* se réduit à une bien petite minorité élégante, que l'on retrouve dans l'expression « High life », encore la « vie de la haute société », que la traduction française « la grande vie » caricaturerait quelque peu, ajoutée au bandeau de plusieurs revues, comme *Menton mondain*, « Gazette High Life illustrée », ou *La Vie mondaine*, « Journal du High Life », et dont la force vient probablement de ce qu'elle s'exprime ...en anglais.

Cette vie intense ne peut se réaliser qu'en saison et se poursuit d'un bout à l'autre de l'année dans l'archipel des stations à la mode, suivant l'inclinaison des rayons solaires, la mystérieuse géographie des eaux favorables et celle de jeux et festivités où il est de bon ton d'être vu et mis en texte puis en images. Aussi trouve-t-on *La Saison de Nice, Nice l'Hiver, L'Hiver à Menton, L'Hiver au Soleil*, qui bien entendu se double pour l'autre solstice de *L'Eté à Chamonix*, comme *L'Hivernal* devient *L'Estival*, ainsi que *La Gazette hivernale de la Côte d'Azur, La Chronique des Villes d'eau et Le Journal des Villes d'eaux*. L'allongement de la Saison conduit à la naissance d'une seconde, puis de quatre saisons de villégiature avec l'apothéose cannois *de Cannes l'Hiver*, *Cannes l'Eté, Cannes Printemps*, *Cannes l'Automne*.

Le héros de ces chroniques ? C'est nous dit « Le Padovan » dans *La Vie mondaine* du 23 février 1899, « le snob, l'étalon d'or de cette monnaie dont les divisions s'appellent le maniéré, le délicat, le raffiné, le dégoûté, l'intellectuel, le prétentieux ... »

---

[4] *La Saison de Nice*, 30 novembre 1905 pour le numéro 1000 .

[5] *Nice littéraire*, 29 mars 1906

Cette minorité, nomade de luxe, en grande partie étrangère, est considérée comme une « colonie », un ensemble de personnes « importées » sur ces rivages et qui tire de ses origines et de son séjour des avantages multiples, tout en honorant les autochtones de sa présence bienveillante.

« Toute l'aristocratie française, toute la colonie étrangère auxquelles s'allient les noms les plus distingués et les plus honorables de la cité niçoise, ont pris part à ce bal. »[6]

Ainsi on trouve, à côté du *Journal des Etrangers*, encore mieux défini dans le temps des plaisirs, *Le Journal des Hivernants*, et des revues parfois bilingues destinées aux communautés les plus représentatives, tels Russes qui s'annoncent dans leurs titres, *Le Messager franco-russe* ou *Le Russe sur la Riviera*, Anglais que la communauté linguistique avec les Américains rend discrets, *The Riviera News, Cannes Season, Visitor's Review*, ou Allemands, *Deutsche Riviera Journal, Riviera Fremdenblatt, Die Riviera Zeitung, La Colonie étrangère, Le Nice Quotidien des Etrangers, La Revue des Etrangers* ou, moins « High life », le plus terre à terre et durable *La Vie pratique-Courrier des Etrangers*.

La mention au bandeau de pages spéciales consacrées à une liste d'étrangers, classés par ordre de notoriété décroissante, puis, plus tard, par nationalité, résidents qui louent ou possèdent une villa, plus tard hôtes de passage en hôtel, avec leurs dates d'arrivée, leurs réceptions et les incidents de leur vie quotidienne et de leur vie biologique (naissances rares, décès plus fréquents, car ces « hôtes » sont souvent âgés ou malades), leur participation aux festivités locales, puis l'annonce de leur départ, stimule la curiosité des membres de cette « colonie » et entretient sa soif de potins. Aussi retrouve-t-on très souvent en titre le terme « écho », comme dans *Les Echos de Nice, de Monte Carlo et du Littoral,* l'une des plus anciennes de ces revues mondaines puisque fondée en 1854 et dont des numéros paraissent jusqu'en 1937, mais aussi *Les Echos de Nice, de la Méditerranée et du Léman*, qui résonnent l'été jusqu'à Genève, *Les Echos de Cannes* et *Les Echos mondains de Monte Carlo* . En 1924, *L'Echo des Palaces*, « Gazette officielle de la vie mondaine », réunit dans son titre et son bandeau les deux termes « palace » et « officiel », qui témoignent à eux seuls de l'évolution du tourisme et de la presse mondaine sur la Côte. Le séjour en palace est en effet devenu la norme avec le déclin de la résidence aristocratique de longue durée, et la naissance spontanée d'un journal mondain rarissime dans les années vingt, où les efforts de relance de la saison donnent plutôt lieu à une démarche d'ordre professionnel. Un peu restrictif quant à sa portée commerciale, ce titre est un peu délaissé à partir de la décennie trente au profit de chocs publicitaires plus efficaces, sinon en 1938-1939 par *L'Echo mondial* qui dépasse, lui, le cadre d' azur de la Côte pour y apporter les inquiétantes résonances d'un monde en attente.

Dans le même ordre d'idées et échappant à leur sens premier de « petite monnaie permettant l'achat d'un journal » pour celui de « colporteur de nouvelles » on trouve des « gazettes », au titre et à la vocation moins pompeuse et plus familière que les « échos » ; elles vont de la *Gazette de Nice et des Alpes-Maritimes* à la *Gazette des Etrangers,* en passant par la *Gazette rose*, publication officielle des séances de la roulette de Monte Carlo, le bilingue franco-italien *Gazettino* ou *Monaco Gazette.*

Tous ces titres ne laissent aucun doute sur la dominante mondaine de leur contenu . Mais d'autres ajoutent cette indication aux autres annonces de leur bandeau, soit en première ligne, comme une tendance majeure, soit dans une position plus discrète, comme une option qui peut s'ajouter à une vocation moins futile ; on trouvera ainsi l'association fréquente du monde avec la littérature, comme dans *Nice littéraire*, critique et mondain, *Cannet-Journal*, journal littéraire, mondain, artistique, ou l'art dans *Nice artistique et littéraire*.

---

6 *Nice littéraire*, 7 février 1897

La liberté de la presse permet la parution de nombreux journaux satiriques qui ajoutent à leur titre, assez accrocheur en général, la mention « mondain » en premier ou second sous-titre. Ils ne publient généralement pas de liste d'étrangers, mais font leur miel des potins et critiques des hôtes du Littoral, à croire qu'ils ne publient finalement leurs coups d'épingle qu'à l'usage interne de cette micro-société seule susceptible de les apprécier. On trouve ainsi, « masqués » par des titres à valeur symbolique, *La Casserole, Le Combattant, La Cravache, Le Cyrano, Germinal, La Griffe, L'Indiscret, Le Masque, Mephisto, Le Rabelais, Le Sphinx, Le Charivari* ou *Le Carillon* qui seraient privés de sens s'ils ne vendaient pas leurs lazzi à ceux qu'ils ciblent ! Ils vont même quelquefois jusqu'à en dresser un portrait biographique sinon hagiographique suivant les affinités de leur rédacteur.[7] Et pourtant ce sont plutôt des pastiches de revues mondaines, comme *La Casserole* qui promet en ces termes un contenu substantiel à ses lecteurs : «Donnez-moi , dit Alphonse Homard, directeur, au siège de la rédaction, c'est-à-dire du yacht « La Casserole » installé au port d'Antibes, de bons ingrédients et je vous ferai de la bonne cuisine. »[8]

Une vie politique locale intense se développe en toile de fond de ces mondanités, à laquelle se mêlent quelquefois les hôtes, mais qui constitue la plupart du temps un domaine à part, très circonscrit. Elle s'exprime dans des journaux qui se qualifient eux-mêmes de « mondains », mais dont le bandeau comporte des additions révélatrices, et qui commencent peu ou prou à intégrer les « hôtes » à la vie locale, en particulier lorsque le séjour de ces derniers se met à générer des bénéfices, des demandes ou des problèmes spécifiques. Ce style de presse flambe particulièrement en période électorale. Ainsi la série des *Avenir*, dont le titre montre bien l'intérêt pour le « local » plus que pour les mondanités[9], ou des périodiques très particularistes, comme *Le Petit Beaulieu, Le Petit Cannois* et *Le Petit Mentonnais, Le Beausoleillois*[10], *Le Mentonnais, Le Cannet* ou *Les Rives d'or,* « journal de Monte-Carlo », qui accrochent souvent « journal politique » ou « d'intérêt local » à leur bandeau en même temps que le terme « mondain ». Il ne faut pas surestimer l'importance de ces petites feuilles dont certaines sont d'ailleurs elles-mêmes modestes : « *Le Beausoleillois* est si petit qu'il craignait de passer inaperçu. La fable « Le lion et le moucheron » donne une idée de ce que peut faire notre microscopique organe. »

Ceci sous-entend tout de même qu'il peut piquer... *Ho He, L'Impartial de Nice, L'Union artistique et littéraire*[11], *Le Journal de la Corniche* s'annoncent polyvalents, *La Curiosité, La Donna*[12], *Le Féministe, Horéal, L'Olivier, Le Petit Poéte* ou *Riviera Journal*, revues à dominante, qui dans les lettres, qui dans les sciences, la médecine ou l'occultisme, ont eux aussi leur aspect « mondain » et en fait aucun journal local, quelle qu'en soit la

---

[7] *La Revue des Etrangers* publie en feuilleton « Le petit varapeau de Nice » par analogie humoristique avec un très docte « Dictionnaire Universel des contemporains contenant toutes les personnes notables de la France et des pays étrangers » publié en 1858 à Paris sous la signature de Louis Vapereau, professeur d'Université, préfet, inspecteur général de l'Instruction publique, et réédité par la Librairie Hachette en 1880 . (Voir par exemple les numéros de décembre 1881 et de janvier 1882)

[8] *La Casserole*, 31 mars 1906

[9] *L'Avenir de Beaulieu,de Saint Jean Cap Ferrat et de Villefranche* est un quotidien ; on trouve à l'ouest et sous la direction d'H.G.Bon successivement *L'Avenir des Alpes-Maritimes* et *L'Avenir de Grasse*, ainsi que *L'Avenir du Littoral* .

[10] *Le Beausoleillois*, 31 mars 1906.

[11] *L'Union artistique et littéraire* fondée en 1881 porte le même intitulé qu'un cercle parisien contemporain, dont l'objectif était de réunir les partisans des deux branches royales, Bourbon et Orléans ; mais le "directeur - fondateur", Léon Sarty, était de culture familiale bonapartiste.

[12] *La Donna* présente les idées de son fondateur, le baron Scander-Levi, engagé dans le combat féministe, et se veut en même temps une sorte d'anthologie. Voir numéro d'août 1911.

fréquence de parution et la tendance politique, ne peut échapper à l' atmosphère de potins raffinés qui alimente la curiosité et la vie régionales.

Rares sont les références à la fois mondaines et financières, surtout avant la Guerre de 1914-18 ; on trouve cependant *Le Mercure*, journal mondain et financier, plus tard *Nice Paris*, mondain, commercial et financier, et même, assez médiocrement annoncé, *Le Capitalisme et le Rentier de la Côte d'Azur* .

Avec le temps, à partir de 1920, les revues mondaines se démarquent davantage du reste de la presse, soit qu'elles se veuillent professionnelles, comme *Azur*, « Hebdomadaire de l'Union régionale des Syndicats hôteliers », ou très « parisiennes », référence, très prisée dans les années trente, qui semble avoir finalement la même signification que « High Life » à la Belle Epoque, et que revendique fidèlement, pendant sa vingtaine d'années de parution, le brillant petit hebdomadaire *Sur la Riviera*, qui porte en exergue la mention « Revue parisienne ». Par sa longévité et la qualité de la plupart de ses articles, il est digne de ses grands aînés les journaux mondains de la Belle Epoque. Mais comme son intitulé le montre, l'accent est mis moins sur les mondanités que sur la puissance évocatrice des lieux, leur situation vers le soleil, le pays des couleurs, les Sud. *Nice littéraire* se transforme en *Paris Nice*, voulant sans doute mieux justifier les prétentions à l'élitisme de ses plumes.

Les nouvelles revues « mondaines » veulent davantage proposer une image, un symbole, que nouer des liens entre des hommes ou des groupes, ou les amener à une réflexion sur la vie, la littérature, l'art ou la politique. Le paysage est don de base, une vie plus ou moins fictive se plaque sur ce fond, et les références au « monde » ou à la « vie » au sens de « High life » se font rares. On les retrouve dans des revues étrangères, comme *Continental Life*, dans l'éphémère *Croquis mondains*, ou avec une connotation de futilité dans *Le Cancan de la Côte d'Azur*. Révélateurs sont parfois les changements d'appellation, comme celui des *Echos mondains de Monte Carlo*, fondé en 1927, devenu en 1933 *Riviera Magazine*.

Ainsi prime peu à peu l'attrait de lieux sacralisés par leur simple évocation ; « Riviera » est l'un des mots-clés, chargé de rêve, que l'on retrouve dans le tiers des titres environ, associé à la vocation première de la presse dans les titres *Le Messager de la Riviera* ou *The Riviera News,* à l'indispensable référence parisienne, *Paris Riviera*, à la spécialisation du journal, *Riviera Magazine, Riviera Ciné Journal* ou *Riviera Spectacles,* et plus sérieusement dans *La Riviera touristique économique et financière* ou même *Riviera scientifique.*

D'un usage fréquent pour les revues étrangères dans les dernières années du XIXe siècle, l'expression « Riviera » concernait la côte à partir de San-Remo ; elle « glisse » peu à peu vers l'ouest, et après 1918 semble perdre son centre géographique et mondain de Nice au profit de Monte Carlo et surtout Cannes ; elle garde une connotation de luxe et de mondanités distinguées, « Riviera italienne » restant une dénomination géographique réservée à l'autre côté des Alpes[13]. Le terme « Riviera » cible la clientèle aristocratique, ou du moins celle qui se veut telle, comme *Le Journal mondain de la Riviera.*

Le terme « Côte d'Azur », tout jeune, puisqu'il date de l'ouvrage de Stephen Liégeard en 1887, n'est pas encore d'expression courante. Pourtant dès 1902 s'est créé un syndicat d'intérêt local intitulé « La Côte d'Azur, du golfe de Boulouris au Ravin Saint Louis » : « On peut prévoir, en effet, le jour prochain où toutes les stations de Alpes-Maritimes, de La Napoule à Garavan, ne formeront plus qu'une seule, grande, belle et magnifique cité, dont les villes actuelles ne seront, pour ainsi dire, que les quartiers. »

---

[13] *Le Monde élégant*, 2 novembre 1902

Le 26 novembre 1904, un article de Pierre Gillard, dans *La République française*, remarquait : « Les journaux de notre pays du soleil devraient se liguer gentiment pour ne jamais employer le terme Riviera. Qu'ils s'engagent à n'employer ce mot que lorsqu'ils ne pourront faire autrement et nous leur accorderons un satisfecit patriotique. »

Laurent Fornari , directeur du *Petit Mentonnais*, qui avait repris cet article, ajoutait ce commentaire : « Pour ma part, pour désigner notre littoral, je préfère de beaucoup au mot italien Riviera l'appellation chaude et sonore de Stephen Liegeard : la Côte d'Azur »

La charge poétique de cette expression, moins forte, la prédispose à des fins professionnelles, telle l'association *Côte d'Azur Tourisme* qui privilégie l' appel commercial et laisse, par sa transparence même, moins de part à l'imaginaire, ou, aussi peu heureuses, *Côte d'Azur Spectacles* et l'inattendue *Côte d'Azur Belgique.*

Le plus touristique que mondain *La Côte d'Azur et les Alpes françaises*, que le spécialiste *La Côte d'Azur sportive* entraîne dans la foulée de son succès dès 1916, devient en 1919 tout simplement *La Côte d'Azur*, pionnier de la démarche d'hommes d'affaires volontaristes.

Forte est aussi la puissance d'attraction de la lumière et des couleurs ; déjà présentes dans la moindre des revues antérieures à la guerre par d'innombrables articulets sur la météorologie exceptionnelle de ce littoral béni, elles se hissent jusqu'aux titres en supplantant les notations mondaines. La principauté s'est au passage approprié le terme « azur » dans *Rives d'Azur* à partir de 1898, repris à partir de 1916 dans une formule-magazine très durable, puisque ressuscitée en 1950, tandis que *Or et bleu, Le Pays bleu* et *La Gazette rose, Azur, Le Sourire bleu*, nous conduisent vers *Lumière et Beauté* à travers *L'Arc-en-ciel....*

Ces symboles pleins de poésie concurrencent dans les titres les localisations géographiques précises qui venaient en deuxième position juste après les thèmes mondains. De plus la suprématie de Nice comme signifiant essentiel de la saison est fortement menacée par l'essor touristique de l'ouest du littoral . Une centaine de titres faisaient référence avant guerre à Nice, *La Capitale de la Côte d'Azur*. Ils sont moins d'une vingtaine à partir de 1919.

Pendant ce temps la douzaine de journaux de la côte ouest qui évoquaient Cannes et, timidement, Antibes et Saint-Raphaël, s'élargit en une trentaine de références dont une dizaine aux stations, précédemment ignorées dans les intitulés, de Cagnes-sur-Mer et Juan-les-Pins, connotées toutes deux d'une authenticité provençale plus marquée, comme dans le titre *Les Cigales de Juan-les-Pins*.

La côte est, de Villefranche à Menton, ne conserve qu'une douzaine de titres, empreints d'aristocratique nostalgie et de luxe dans la présentation, comme *Riviera Magazine*, et centrés sur la principauté.

Certaines « élites » de la capitale ne veulent pas, dans la torpeur bienheureuse de séjours qui se prolongent de plus en plus, cesser toute activité intellectuelle, mais celle-ci se réserve aux titres spécialisés. *La Pensée sur la Côte d'Azur*, et *Partout Paris sur la Riviera, Paris Monte Carlo*, annoncent bien d'où viennent ceux qui pensent, et *Paris Riviera*, « organe des Parisiens sur la Riviera », le confirme.

Le glissement de la saison vers l'été, matérialisé par des titres tels que *La Saison d'été sur la Riviera, Cannes l'Hiver Cannes l'Eté* ou *Sur la Côte bleue*, privilégie, dans le lumineux contraste du noir et blanc photographique, les plaisirs nautiques, les plages de sable, dont tout l'est de la région est dépourvu.

Une vie nocturne éblouissante ourle le littoral d'un archipel d'établissements de jeux et de spectacles. Les titres comme *Le Hasard et le Jeu, Spectator, Riviera Spectacles, La Vie à l'Hôtel, Pleasure and Sport, France Sud*, servent de faire-valoir à des personnages témoins, tels François Tiranty, Auguste Giraudy ou surtout Edmond Baudoin, d'une volonté opiniâtre de réussite économique dans le domaine complètement nouveau du tourisme organisé, de l'entreprise à distraire, et de l'informel. Edmond Baudoin tire Juan-les-Pins, placée sous le

double patronage d'Amphitrite aux yeux glauques et de Vénus Anadyomène, d'un ourlet de sable jusque là négligé. La Baie des Anges bénéficie de cette promotion malgré les galets, au même titre que Monaco.[14]

Le mythe azuréen se concrétise autour de végétaux emblématiques : *Le Palmier*, à Hyéres, *L'Olivier* ou *L'Olive*, à Nice, *L'Aloès*, ponctuation des rivages méridionaux et insulaires, avant de s'élargir au monde : *Mediterranea*, « La revue de la Côte d'Azur et des pays méditerranéens », s'inscrit dans le contexte prophétique d'un espace-symbole originel que les hommes ont enfin découvert.

• Une présentation de plus en plus évocatrice

Soumise à la pression saisonnière, à la concurrence, aux progrès techniques, à la volonté de ses investisseurs, la presse mondaine des Alpes-Maritimes montre dans ses aspects matériels une extraordinaire diversité. De nombreux ateliers d'imprimerie se chargent de la diffuser le long des stations. Elle en reflète les caractères, évoluant au gré des changements d'enseigne, d'adresse, de propriétaire, et des innovations. Plus libre dans sa présentation que la grande presse, elle résiste plus longtemps à la standardisation qui contraint les grands journaux à adopter peu à peu un visage identique et la consultation de ses pages originales ménage d'agréables surprises.

Depuis 1849, les presses à vapeur, dérivées des machines textiles, travaillent comme elles sur la base d'énormes rouleaux, de papier en l'occurrence, d'un mètre trente à un mètre quarante de largeur . Dès 1867, les rotatives Marinoni et Derriey améliorent le dévidage et impriment le papier recto-verso à la cadence de 60 000 exemplaires en trois heures. La plieuse mécanique réduit la manipulation des exemplaires. La largeur du papier se standardise, conforme à la capacité des machines les plus récentes. L'abolition de l'impôt sur le papier en 1886, les progrès de la linotypie, permettent de caser à partir de 1894, six puis après la guerre sept colonnes sur une page avec des caractères réduits mais tout autant lisibles.[15] Dans la presse mondaine régionale, on observe la même évolution vers les grands formats, qui se généralisent après 1900, que dans le reste de la presse.

Pliés et découpés les feuillets donnent le format le plus courant à la Belle Epoque, un in-plano raisin (65 x 50) ou écu (55 x 40), surface d'un demi mètre carré environ à couvrir par de l'imprimé, enjeu d'autant plus difficile que les caractères et les encarts publicitaires sont de petite taille . Cela explique le faible nombre de pages, rarement plus de quatre, de ces journaux, la disposition sommaire des articles échelonnés sur plusieurs hauteurs et colonnes et leur lisibilité médiocre. Les illustrations servent de bouche-trou. Cette présentation requiert des lecteurs un bon niveau de lecture et d'attention.

A partir de 1918, la généralisation des plieuses autorise le demi-format (in folio) sur des sections variées, comme Tellière (44 x 34) ou Cavalier (62 x 46) pliées en deux ou en quatre ; ce type de présentation, recherché par des revues plus spécialisées ou plus luxueuses, permet une mise en page travaillée, valorisant des textes bien groupés, concentrant davantage

---

[14] *Riviera Spectacles*, août - septembre 1927, 19 octobre 1928.

[15] Voir R.Manevy , " La presse de la IIIe République " Ed.J.Forêt, Paris , 1955 .
Le Journal de la Corniche du 2 novembre 1902 rappelle la carrière d'Hippolyte Marinoni, bienfaiteur de Beaulieu : né en 1823, fils de gendarme, apprenti mécanicien, ouvrier puis contremaître, il invente en 1847 une machine à tirage rapide que patronne Emile de Girardin, puis les presses rotatives, les presses polychromes, qui servent à imprimer les billets de la banque de France . Malade, il abandonne en 1901 la direction du *Petit Journal*, fortement concurrencé par *Le Petit Parisien*, à son gendre Désiré Cassigneul .

l'intérêt sur les illustrations, de plus en plus photographiques, qui occupent sur la page une position centrale.

Certains journaux changent plusieurs fois de format : ils débutent sur un format réduit, comme *Le Petit Poète* ; les ressources financières que leur vaut leur succès permettent l'accroissement de leur surface imprimée. Des problèmes financiers ou autres leur valent une rétraction, qui s'accompagne souvent aussi d'un changement d'imprimeur, et peut-être de factures en souffrance .A l'occasion d'une élection, d'un épisode politique ou commercial leurs comptes redeviennent positifs et le format s'agrandit.[16]

Mais pour certaines des revues, le petit format est une forme de présentation qui correspond à leur thématique et à l'usage que vont en faire les lecteurs.

Ainsi en est-il des « petites feuilles à potins », vendues parfois même reliées à l'année, comme *Le Rabelais, La Revue des Etrangers*, ou *L'Actualité*, ou des « guides pratiques » comme *L'Hiver à Menton, La Semaine au Soleil* ou *Le Soleil de Nice*.

Dans cette catégorie on trouve aussi des revues poétiques ou littéraires, comme *Le Petit Poète* à ses débuts, *L'Olive, L'Olivier, L'Aloès*, ou *Horéal*, des revues de luxe : *Artistique Revue, Cannes Artiste, Le Cap incomparable d'Antibes*, sans doute à compte d'auteur, *Menton mondain,* ou, postérieures à 1914-1918*, Sur la Riviera, La Saison estivale sur la Côte d'Azur, Cannes Saisons, (Seasons* dans sa version de langue anglaise), *Mediterranea*, ou épisodiquement, *Le Cancan de la Côte d'Azur*. Ces dernières, plus coquettes, plus maniables, assez riches, sont à feuilleter longuement, à savourer, à collectionner parfois. Le luxe qui correspond mieux à ce format domine dans les revues à succès des années trente et se réserve, même si l'impression se fait à Nice, à des centres d'intérêts monégasques ou surtout cannois.

Originales, comme *La Curiosité*, ou avec un thème dominant, *La Donna, Le Féministe,* vouées, leur titre l'énonce, à la cause des femmes, *La Gazette rose,* spécialiste des jeux et des martingales, *Le Sourire bleu*, gazette potinière et artistique*, La Pensée sur la Côte d'Azur*, à la publication d'œuvres littéraires, elles se caractérisent par une publicité confidentielle ou même absente, et, en contrepartie, un prix assez élevé. *Les Nouvelles polonaises, La Semaine russe,* qui paraissent en 1921 et 1922, proportionnent leur format aux disponibilités financières réduites de leur comité de rédaction, Russes ou Polonais exilés, qui se satisfait d'une ou deux pages de mauvais papier ; *Les Cigales de Juan-les-Pins* fait comme d'autres feuillets la promotion d'un établissement de distractions.

A partir des années vingt et surtout de 1930, se généralisent les petites formules usuelles et pratiques comme *La Semaine niçoise, La Semaine au Soleil* ou *La Semaine cannoise*. Vade mecum de vacanciers pressés et aux curiosités limitées et superficielles, répertoires d'informations pratiques , ces très petits formats ne laissent plus de place à de véritables articles ; leur présentation et la qualité de leur papier laissent de plus en plus à désirer jusqu'en 1939.

Les formats moyens correspondent à des journaux assez traditionnels dont la date de naissance est généralement antérieure à 1900, sauf quelques exceptions. Ces formats correspondent à une habitude des lecteurs qui ne tiennent peut-être pas à changer de typographie, ce qui fait que l'on voit ces journaux changer d'imprimerie pour une officine plus importante et conserver tout de même leur présentation, comme *L'Impartial de Nice, L'Avenir*

---

16 *Le Petit Poète* débute en 1895 en format de "poche" (15 x 20) . Mais dès son numéro 22 (le 20 décembre), il passe à 30 x 20 centimètres . Au printemps 1896 (N° 37), il publie sur 50 x 35 centimètres jusqu'en avril 1901; là, devenu le porte-parole à Nice de l'Association "Le souvenir français" que patronne Paul Déroulède, pour quelques semaines il s'agrandit (58,5 x 38) pour revenir en novembre à la situation précédente. Le 15 octobre 1905 il se baptise *Revue populaire du dimanche* sur 37 cm x 27, 5 . Un nouvel avatar le fait *Gazette des Salons* en 1909, puis, réuni à la revue *Cantons Communes* en octobre 1911, il reprend provisoirement du poil de la bête sur 65 x 50 cm avant de retrouver la taille moyenne, 58 , 5 x 38, qu'il avait précédemment .

des Alpes-Maritimes, ou *Les Rives d'or*, fidèle à sa formule sous la direction d'Ascanio son dévoué animateur . On trouve aussi dans ces dimensions la plupart des journaux satiriques, *La Casserole, La Cravache, L'Indiscret, Le Cyrano, Le Masque, Méphisto*, qui sont souvent imprimés dans des ateliers moins importants et peut-être à moindres frais, sauf s'ils disposent de ressources exceptionnelles. *Le Niçois d'Adoption*, publié en 1924 sur les presses de *L'Eclaireur*, correspond au format du quotidien sans pour autant en partager le riche contenu .

Les grands formats sont les plus nombreux entre 1900 et 1914 ; ils correspondent au modèle le plus standardisé de la presse. On y retrouve la plupart des journaux étrangers, lesquels utilisent même quelquefois une taille qui excède la norme de 65 centimètres x 50-55 centimètres et atteignent 70 centimètres, comme *Le Messager franco-russe*. Une grande partie de leur surface imprimée est consacrée aux annonces et à la publicité. Les journaux français qui ont adopté ce format à leur naissance lui sont généralement restés très fidèles, comme *L'Union artistique et littéraire*, organe d'une remarquable stabilité avec la même direction de 1881 à 1924, ou *La Vie mondaine* . *Nice littéraire* garde le format auquel ses lecteurs étaient habitués en devenant *Paris Nice littéraire*, puis tout simplement *Paris Nice* après 1918 et jusqu'en 1939, la permanence de la présentation semblant la préoccupation d'un organe tout de fidélité à sa formule, à ses acteurs, à ses lecteurs.

Pendant le conflit les restrictions de papier et les sévérités de la censure limitent les possibilités des rares survivants . *La Côte d'Azur et les Alpes françaises,* émanation de la très moderne Imprimerie Andrau, se contente d'un format réduit, à la typographie et au format médiocres, sous une couverture bariolée sans grandes qualités graphiques, plus grande que le corps du journal, à la typographie très serrée sur un papier grossier.

Les grands formats deviennent plus rares après la guerre car les revues mondaines changent de caractère. La plupart du temps sous les apparences traditionnelles, elles se professionnalisent au service des syndicats de tourisme ou d'hôteliers et des entreprises de spectacles. En ce cas elles ne sont pas très riches, paraissent un peu au coup par coup, sensibles à la conjoncture économique, avec peu de pages et un papier ordinaire, comme *Le Journal mondain de la Riviera*, de 1919 à 1930, sur le format assez « standard », mais réduit, de 24, 5 x 32 centimètres, ou *Côte d'Azur*, qui se consacre au cinéma de 1932 à 1935, et semble à géométrie variable, en passant de 44 x 30 cm à 56 x 38 cm pour revenir à 38 x 28 cm en 1935.

Un projet électoral ou politique sous-tend souvent la reprise d'un titre d'apparence touristique ou mondaine et l'effet attendu requiert alors un brusque et opportun changement de format ; Le *Cancan de la Côte d'Azur* entre 1928 et 1935 enfle comme la grenouille de la fable chaque fois qu'il se fait le porte-parole de quelque nouvelle cause. Par contre *L'Hebdo de la Riviera et de la Corse* rapetisse et se pare de couleurs accrocheuses, rouge et noir, en faveur de François Coty en 1930.

D'autres revues, lancées pour le compte de prestigieuses entreprises hôtelières, pour la promotion de la principauté de Monaco, ou pour un projet personnel mystérieux, deviennent l'image du luxe. Elles bénéficient de gros moyens publicitaires se tournent vers la photographie avec une taille réduite et maniable, un beau papier glacé, une « première de couverture » plus épaisse et même historiée, comme *Rives d'Azur*, qui paraît à partir de 1916, et dont le format (32 centimètres x 24) et la présentation , stables et modernes, sont même repris sous le même titre en 1957, *Or et bleu* en 1930, la suspecte *Biondographie de l'Estérel*, ponctuelle de 1925 à 1938, de même format, ou le très germanique *Tourist Union,* offensif en 1932. L'imprimerie Victor Guiglion, à Cannes, se fait une spécialité de ces petites merveilles, dont le fleuron est sans conteste *Le Journal des Hivernants.*

On se tourne ainsi vers des « magazines » plus agréables à manipuler, à collectionner, formule dont le succès va s'affirmer dans la deuxième partie du siècle, et dont l'un des plus intéressants est sans conteste *Sur la Riviera*, de Jules S. Marchand.

La sobriété est dans l'ensemble la caractéristique des revues mondaines qui utilisent assez peu le message percutant du dessin, trop facilement décodé, et probablement trop coûteux lorsqu'il est de qualité.

Tandis que s'ouvrent par des « premières de couverture » discrètement suggestives mais de plus en plus étudiées les revues de petite taille, les formats les plus courants révèlent d'emblée au lecteur un bandeau plus ou moins large, de 10 à 15 centimètres en moyenne,[17] qui affirme leur identité.

Sobres, les petites revues de la décennie quatre vingt se distinguent dès leur couverture par un papier plus épais, une typographie soignée qui valorise l'originalité de leur programme . *L'Actualité*, petite revue à potins de Charles Limouzin, s'illustre d'une danseuse en tutu, croquée par Jean Constantin, dont un clown imite ironiquement la révérence, symbole sans doute des cancans qui dénaturent la réalité mondaine.[18] Une discrète typographie souligne les sous-titres successifs de *La Curiosité*, « Journal de l'occultisme scientifique », puis « Revue des Sciences psychiques ».[19] *Le Courrier musical*, « artistique et littéraire », s'orne des portraits lithographiés de musiciens.[20]

Ainsi, très vite, l'illustration et le clin d'œil humoristique sont venus seconder la typographie dans la recherche de l'effet, avec plus de douceur et moins de polémique politique dans les « périphéries » qui s'affirment autour de Nice. Les revues littéraires et artistiques apprécient les décorations florales évocatrices du « Pays bleu » : *Menton mondain* offre un rameau d'olivier[21], ainsi que *L'Olive, Horéal* qui lui succède, et *L'Olivier* [22]qui cite le poème éponyme de Du Bellay. *L'Hiver à Menton*[23] s'habille de fleurs d'oranger. Sur le bleu de la couverture de *Cannes artiste,*[24] une muse joue de la lyre, l'autre chante sous de grands pins parasols.Une aquarelle de Pierre Comba illustre la baie de Cannes vue des rochers de l'Estérel et non de Nice, revendication muette d'indépendance par rapport à la capitale du comté pour *Le Journal des Etrangers,*[25] pourtant imprimé à Nice. Les revues de luxe destinées à la clientèle cannoise inaugurent ainsi la tradition de couvertures signées.

La Croisette[26] flatte le maire Capron par une photographie qui montre « la belle allure », grâce à lui, de « notre promenade » : « sa chaussée, nette et luisante, invite au silencieux glissement de l'auto comme au lent balancement d'une victoria bien suspendue ».

Ce procédé est repris par la *Mentonner Officiele Turliste*[27], ornée d'une photographie en page de couverture, et se banalise un peu après la guerre, particulièrement dans les revues monégasques, même celles de plus grand format.[28]

---

17 Les périodiques "pauvres" , c'est-à-dire dépourvus presque entièrement de publicité et s'imprimant sur un nombre réduit de feuillets ont un bandeau économique, moins large, comme *Le Droit du Peuple*, voir le numéro du 22 novembre 1908 .

18 *L'Actualité*, 27 décembre 1891 .

19 *La Curiosité*, 21 janvier 1894, puis 30 janvier 1897 .

20 *Le Courrier musical* offre le 17 décembre 1899 un portrait de Borodine .

21 *Menton mondain*, 3 janvier 1897

22 *L'Olivier*, janvier 1912

23 *L'Hiver à Menton*, 11 novembre 1903

24 *Cannes artiste*, 14 décembre 1902

25 *Le Journal des Etrangers*, 7 janvier 1911.

26 *La Croisette*, "Bulletin de l'Association syndicale des hôtels de Cannes et des environs", 15 novembre 1908. *Or et bleu* montrera son portrait en vieillard majestueux le 1er novembre 1930.

Deux coquettes revues très engagées rivalisent dans le graphisme « Modern style » : une jeune femme, la fleur à la main, mais un dossier « Travail » au côté pose une sandale stylée sur la mappemonde du *Féministe*; du même élan sa sœur de *La Donna* virevolte au milieu de phylactères portant les mots « Pace-Liberta-Fraternita-Progresse-Science ».[29]

Sur la Riviera gâte particulièrement ses lecteurs dès 1918 et jusqu'en 1937 par de superbes couvertures spécialement dessinées pour elle d'artistes de grand talent séjournant sur la Côte, et qui représentent de multiples aspects de la folle vie que l'on y mène . Cela va de la grosse dame qu'un gigolo promène sous les palmiers de La Croisette, vue par Cox , à la Rolls que signe Ya, et aux multiples interventions de Don, M.Arnac, Sennep, Picabia, Foujita ou Van Dongen. *Arlequin*, périodique porteur d'une « réclame » insistante en faveur de « La belle Meunière », un établissement de restauration monégasque, bénéficie d'un travail typographique très original de Jakob de Rosal, ouvrier–artiste de l'imprimerie Gasparini , et de bois gravés esthétiques et modernes.

Les différentes éditions de *Cannes Saisons* présentent le visage du luxe ; or, fleurs, attirent inévitablement le lecteur subjugué vers la Croisette, tandis que la couverture de *Cannes Nice Monte Carlo*, véritable chef d'œuvre de l'imprimerie Mathieu de Nice, s'orne de délicates vignettes de mode féminine ou enfantine collées sous la devise « Art, goût et beauté ».

De format plus grand, de deux à quatre feuillets seulement, non reliés et sans couverture, la plus grande partie des périodiques mondains se révèle aux lecteurs par un bandeau qui occupe un tiers à un quart de la surface de la première page, et mesure de 10 à 18 centimètres environ.[30] Depuis la loi de 1881 il est devenu la fiche signalétique du journal avec titre, date, lieu[31] et année de parution, fréquence, souvent saisonnière, nom du directeur, du ou des rédacteurs et collaborateurs, parfois du fondateur, agences de transmission des nouvelles, points de vente et de correspondance localement, en France, en Europe et même dans le reste du monde prix du numéro ou de l'abonnement, primes réservées aux abonnés et tarif des insertions mondaines ou autres . Des annonces publicitaires vantent parfois les entreprises commerciales partie prenante du financement du journal . Au temps de sa splendeur, en 1898, *Le Petit Poète* ouvre un bureau à Port-au-Prince (Haïti) avec pour agent M.Timothée, qui vient s'ajouter à ses succursales de Lyon, Bordeaux, Agen, Toulon, Cannes, Draguignan, Hyères, Montpellier, Nîmes, Tunis et Londres ! *Le Monde à Nice et à Monte Carlo* de Charles Limouzin, se fait en 1902 avec « Correspondances sur Hyères, Saint Raphaël, Cannes, Grasse, Juan-les-Pins, Antibes, Beaulieu, Monte Carlo, San-Remo ». Ces correspondances locales se font plus rares après la guerre . Il semble que les « îles de l'archipel mondain » se replient sur elles-mêmes.

Comme on l'a vu des mentions particulières accompagnent l'intitulé du journal et en précisent les intentions, parfois avec beaucoup de lisibilité, comme dans *Le Diable à Quatre,* où la devise « Pour tous et contre tous » s'accompagne du croquis d'un encrier encadré de

---

[27] *Mentonner Officiele Turliste*, 1er avril 1912 .

[28] Par exemple *Les Echos mondains de Monte Carlo* en 1927, *Rives d'Azur* à partir de 1925 et surtout *Riviera Magazine* en 1933 .

[29] *Le Féministe*, 1er novembre 1906 et La Donna, 15 décembre 1906

[30] *L'Hiver au Soleil* (19 novembre 1899), *La Chronique des Villes d'eaux et des Stations françaises* (8 juin 1905), ont de très larges bandeaux en partie publicitaires. Par contre *Nice Littéraire* (3 novembre 1895) ne perd pas de place.

[31] Le journal, saisonnier, a quelquefois deux bureaux : *Le Journal des Villes d'eaux et des stations du Littoral méditerranéen* se tient à Paris , 42 rue de Maubeuge, et à Nice , 29 , rue Pastorelli (12 mai 1901), *La Curiosité* (21 janvier 1894) à Paris et à Tours .

quatre diablotins[32], ou *Le Sphinx*, orné du Sphinx de Gizeh, [33]parfois plus subtilement . Ainsi *Le Méphisto à Monte Carlo et sur la Riviera* se glisse, fort critique vis-à-vis de la Principauté, sur le Rocher, et une amusante gravure, violemment coloriée de rouge dans la plupart des numéros, montre Méphisto qui joue de la guitare devant le ciel monégasque où des aéroplanes survolent une mer sillonnée de navires. En sortant du train, les gens se précipitent vers les diaboliques salons de jeu ...[34] *Le Cyrano* s'orne d'une gravure commandée à Lyon et la manchette porte en exergue ces mots d'Edmond Rostand :

« J'aime qu'on me haïsse ...
La haine est un carcan,
Mais c'est une auréole.[35]

La Griffe saisit son homme et ne le lâche pas ! » menace le bandeau de ce « Journal indépendant, satirique et mondain ».[36] Quant au *Mercure de la Riviera* « *il sait voir tout ce qui se passe et ose dire tout ce qu'il voit* ».[37] *La Saison de Nice* inscrit dans un bandeau d'une taille exceptionnelle, 22 centimètres, un frontispice ovale en cinq parties :

les courses

un village fleuri les promenades à cheval

les réceptions la Promenade des Anglais

que survolent trois symboles : l'aigle niçois, un éventail et un Amour[38].

La conception des bandeaux s'ajuste aux modes avec l'utilisation de nouveaux graphismes. Les journaux de langue allemande abandonnent lentement les caractères gothiques après la réforme de l'orthographe et de l'écriture, mais ils subsistent parfois, même dans des journaux de langue française, coquetterie à l'égard d'une clientèle germanique conservatrice ou simple effet « rétro ».[39]

En 1919, *Le Journal mondain de la Riviera* innove dans cette recherche graphique avec un échantillonnage d'écritures, peut-être récréation d'un prote: « journal » est écrit de façon classique, « mondain » en lettres hautes et minces, « Riviera » en « modern style ».

D'une manière générale les bandeaux se simplifient à l'image de ceux des journaux de langue étrangère, très minces et aux caractères très serrés, comme *The Riviera Daily*, et un journal de longue durée comme *L'Union artistique et littéraire* passe d'un bandeau de 24 centimètres très construit avec muses, angelots et mappemonde sur fond de paysage plus africain que niçois, d'église russe et de Promenade des Anglais à une simple dénomination sur

---

32 *Le Diable à quatre*, 11 novembre 1883

33 *Le Sphinx*, 10 avril 1883 .

34 *Le Méphisto à Monte Carlo et sur la Riviera* , 22 février 1914

35 *Le Cyrano*, 6 novembre 1902 .

36 *La Griffe* , 25 janvier 1905 .

37 *Le Mercure de la Riviera*, 28 décembre 1907 .

38 *La Saison de Nice*, 6 novembre 1881

39 *L'Hivernal* du 13 janvier 1883 fait paraître un petit éditorial, "Aux étrangers", en caractères gothiques . *Cannet Journal* du 17 octobre 1909 utilise encore cette typographie .

12 centimètres. Mais la typographie reste toujours très soignée.[40] *La Chronique des Villes d'eaux et des Stations françaises* de 1904 devient en 1920 tout simplement *La Chronique* avec un bandeau trapu et moderne : le journal est devenu « politique, financier, littéraire et artistique ». L'adresse téléphonique, généralisée, ainsi que le sommaire, figure en petits caractères.

Un message publicitaire, politique ou promotionnel rompt parfois avec cette tradition de discrétion : *Les Cigales de Juan-lesPins* se complètent de la mention « super-paradis de l'univers ». *Paris Azur* s'inscrit sur un croquis de plage bondée, *La Revue hôtelière et touristique* confronte une vieille auberge rustique à la façade d'un palace. Une voile sur la mer, la silhouette stylisée d'un palmier, un cabriolet, des baigneuses à petite tête de garçonne, suffisent dans les années Trente à suggérer les réponses qu'offre la Côte d'Azur aux attentes des touristes : c'est le pari réussi en 1931 par *Die Riviera Wochenschau* pour sa clientèle germanique.

Cependant, en règle générale et pour des raisons d'économie, le bandeau s'efface pour laisser visuellement place à la Une, dont la lisibilité, confuse à la fin du XIXe siècle, s'organise, au détriment d'une fantaisie qui gagne les autres pages, par l'illustration, la photographie ou la publicité.

En somme, cette petite presse sert de banc d'essai à la grande par la recherche de ses formats, la densité et l'efficacité du message publicitaire de ses titres et de ses bandeaux. Mais surtout, la présentation des journaux mondains de la Côte d'Azur reflète la transformation d'un archipel d'aristocratiques stations de saison en un espace voué à un rêve et un tourisme plus populaires, en une image de paysages et de loisirs que leur rayonnement diffuse et reproduit ensuite dans le monde entier.

La lecture des journaux mondains est donc une étape incontournable pour la compréhension de l'évolution des Alpes-Maritimes, pionnière des régions de tourisme.

---

[40] *L'Union artistique et littéraire*, numéros du 26 novembre 1881 et du 30 mars 1923 .