

CHAPITRE SIXIÈME.

ENSEIGNES ET AFFICHES.

Mais pendant que nous sommes en omnibus, ou en fiacre, nous n'avons rien de mieux à faire que de regarder les enseignes, tâche remplie d'attraits pour qui sait découvrir le beau côté des choses. C'était là mon occupation favorite autrefois, lorsque j'é faisais une entrée triomphale par la carriole de mon oncle dans la sous-préfecture de l'arrondissement « qui m'a donné le jour. » Je passais précipitamment d'un côté de la voiture à l'autre, pour ne perdre aucun détail des belles devantures qui bordaient les deux rives de la rue; je lisais chaque enseigne comme un bourgeois de petite ville lit son journal, depuis le titre jusqu'à la signature de l'imprimeur. Ce qui me frappait surtout plus que je ne puis dire, c'étaient ces nègres de bois, couverts de vêtements rouges et tenant une longue pipe à la main, que j'apercevais devant la vitre de tous les marchands de tabac : combien de fois n'ai-je pas pleuré à chaudes larmes pour en avoir un !

Quel est le flâneur savant qui nous donnera l'histoire des enseignes, qui écrira les diverses péripéties, les transformations successives, les périodes de progrès et de décadence par où elles ont passé ?

Jadis, — et quand je dis jadis, je veux parler d'il y a quarante ou cinquante ans, aussi bien que du moyen âge et des deux derniers siècles, — le calembour était un élément presque indispensable de toute enseigne qui visait à

l'effet. Alors florissaient le *Bon coing* et l'*Épi-Scié*, le *Juste pris* et les *Trois forts bancs*, le *Verre gulant* et le *Cygne de la croix*, et auparavant la *Roupie* (une roue et une pie), le *Puissant vin* (un puits d'où on tirait de l'eau), l'*Assurance* (A sur une anse), et la *Vieille science* (une vieille qui scie une anse). C'était le beau temps. On voyait encore des fantaisies à la manière de Callot : telle était l'enseigne de la *Truie qui file*, laquelle, du reste, s'est perpétuée jusqu'à nos jours. Puis il y avait la malice gauloise et la mordante épigramme, par exemple, le *Tout en est bon*, représentant une femme sans tête !

Voulez-vous savoir ce qu'a fait de cette spirituelle devise un charcutier bel-esprit ? Allez dans la rue Sainte-Marguerite, et vous lirez en belles lettres d'or sur une devanture : *Tout en est bon, depuis les* (ici quatre pieds de cochon en peinture) *jusqu'à la* (et l'on voit s'étaler par-dessous une superbe tête avec un grouin phénoménal).

En général, les enseignes d'aujourd'hui sont moins innocemment et moins naïvement prétentieuses. Sauf quelques-unes, reléguées dans les ruelles et les culs-de-sac, qui ont gardé les traditions d'une syntaxe vagabonde et d'une orthographe capricieuse, elles ont appris dans Noël et Chapsal l'art de parler et d'écrire correctement. Caritidès ne trouverait plus guère à exercer que dans la banlieue sa charge de contrôleur, intendant, correcteur, réviseur et restaurateur général des enseignes. Elles vont s'approvisionner dans l'histoire, le roman, le drame, l'opéra, la mythologie ; elles exploitent le succès de la veille et la mode du jour pour s'en faire un titre ; elles appellent la littérature et les arts à l'aide de l'industrialisme essoufflé, et les chargent de battre de la grosse caisse au profit du

comptoir. Nos grands magasins ont pris pour devise : *Au Prophète , au Prince Eugène , au Palais de l'Industrie , aux Trois Mousquetaires , au Colosse de Rhodes , à la Tour Malakoff*. Vous ne pouvez faire un pas sans lire au front d'une boutique : *A la tour de Nesle , au Sonneur de Saint-Paul , à la Dame blanche*, etc. Qu'une éruption de la butte Montmartre vienne à engloutir Paris , comme le Vésuve a englouti Pompéi , on pourra , après quinze cents ans , retrouver sur les enseignes l'histoire de nos triomphes militaires et celle de notre littérature.

On pardonnerait encore à ces Turcarets de l'aunage et du prix fixe d'usurper des titres qui ne leur appartiennent pas et de se ranger sous un drapeau avec lequel ils n'ont rien à démêler , comme on pardonne à certains Georges Dandins , au demeurant les meilleurs fils du monde , de s'improviser gentilshommes à l'aide d'une particule et du nom de leur village natal. Le pédantisme est une prétention d'un genre plus impardonnable , que se permettent trop souvent les enseignes d'aujourd'hui. Les malheureuses savent le grec et le latin , elles font des néologismes , forgent des mots baroques et ne craignent pas d'étaler en gros caractères des expressions telles que : CHROMO-DURO-PHANE , pommade PHILODONTIQUE , PHILOCÉPHALE et PHILAÏNOCOME.

De grâce , ramenez-nous aux calembours d'autrefois !

J'excepte de la proscription l'enseigne polyglotte que j'ai vue à un coiffeur de la rue Racine , disparu depuis deux ou trois ans. Cet artiste , fort érudit , bien que peruquier , réfléchissant qu'il était au centre du quartier savant , crut faire acte de bon ton en affichant sur sa devanture un spécimen de ses connaissances philologiques : il ne doutait pas de voir aussitôt accourir à son

officine, comme à l'une des merveilles du monde, la clientèle du plus haut parage, les professeurs de la Sorbonne et du Collège de France, les maîtres d'études des lycées environnants et les étudiants studieux des quatre Facultés, quoique la Faculté de droit soit à peu près la seule qui se fasse raser, friser et coiffer. En tête on lisait : *Κεῖρω τάχιστα, καὶ σιωπῶ*, — *je travaille promptement et en silence*, ce qui, on en conviendra, n'était pas trop mal choisi pour un barbier. De chaque côté s'alignaient sur les volets et les vitres des inscriptions latine, allemande, anglaise, italienne, espagnole. La langue nationale était la seule oubliée, de sorte que sans le classique plat à barbe, le passant illettré eût cru voir la maison de quelque jongleur indien, toute couverte d'hiéroglyphes et d'inscriptions magiques, en guise de talismans.

Et pourtant le barbier se vit contraint de fermer sa boutique : la fortune est aveugle ! Cet homme était né pour effleurer d'un rasoir élégant le fin menton de Périclès, ou celui de Mécénas, au temps où les poètes, les jeunes patriciens et les riches affranchis se rassemblaient, pour causer des affaires du jour, dans l'échoppe du *tonsor*.

Les enseignes, on l'a déjà vu, ne pèchent point généralement par la modestie. Il en est bien peu, une douzaine peut-être, qui aient le bon goût de s'intituler : *Au Gagne-Petit*, voire *au Bon Marché* ; moins encore qui osent résolument inscrire sur leur drapeau, comme ce boutiquier de la place Lacépède : *A la Balayeuse*, ou des environs du Temple : *Aux Prolétaires*. MM. les commerçants, qui sont de profonds philosophes, sans avoir lu Aristote ni Descartes, savent bien que de toutes les passions humaines, la vanité peut-être est la plus forte, parce qu'elle est

la plus sotte et la plus ridicule. En conséquence, ils écrivent au frontispice de leurs magasins : *A la Coquette, à la Gourmande, à la Sultane, etc.* ; et ces dames d'accourir, pour bien montrer au public qu'elles ont le moyen d'être coquettes et gourmandes, et qu'il ne tiendrait qu'à elles de faire les sultanes, comme ces jeunes gens qui, après avoir diné à dix-huit sous, tracent des zigzags et des arabesques en marchant sur le trottoir, afin de faire croire aux passants qu'ils sont assez riches pour se griser.

Je suis persuadé que, s'ils n'étaient retenus par un reste de pudeur et par la crainte des quolibets, les grands fournisseurs à la mode inscriraient volontiers sur leur devanture : *Le public est prévenu que c'est ici la maison la plus chère de tout Paris ;* ou bien encore : *La maison garantit aux personnes qui veulent bien l'honorer de leur confiance que tout objet est vendu ici le double au moins du prix qu'il coûte ailleurs.* Alors duchesses, marquises et lorettes pourraient, sans déroger, faire arrêter leur équipage devant ces magasins. Elles ne risqueraient pas d'y heurter quelque bourgeoise fourvoyée, quelque provinciale ahurie, et le fait seul de leur entrée dans une boutique pareille serait aux yeux de la foule et du marchand une brillante démonstration de luxe et de grand ton.

Cet orgueil instinctif se retrouve partout dans les enseignes d'aujourd'hui. Parcourez la liste des cafés, hôtels, restaurants, etc., et vous en trouverez les deux tiers au moins qui ont la fatuité de se dire cafés ou hôtels de Paris, de France, des Quatre-Nations, des Cinq parties du monde, de l'Univers, des Princes, etc. Je viens d'entrer dans un estaminet qui se proclame Européen, et j'y ai trouvé deux marchands qui prenaient des verres d'absinthe avec le garçon.

Quelques-unes de ces enseignes laissent percer sous leur emphase ingénue, une sorte de raillerie narquoise. C'est dans cette catégorie que rentre la vieille devise des écrivains publics : *Au Tombeau des secrets*, et cette autre, non moins connue, que j'avais prise longtemps pour une agréable plaisanterie des petits journaux, mais qui s'étale encore dans certaines rues détournées : *Crépin, réparateur de la chaussure humaine*.

J'aime à croire qu'il en est de même pour les magasins de nouveautés et les restaurants qui s'intitulent, les uns : *Au Paradis des dames*; les autres : *Au Banquet d'Anacréon*.

Ce sont là de grandes phrases, sans doute, mais je trouve un orgueil mille fois plus superbe dans la plupart des enseignes ordinaires, composées tout simplement d'un nom propre. Rien n'est si prétentieux que l'affectation de la simplicité, et j'avoue qu'en contemplant ces longues files de devantures, qui portent ces seuls mots : BÉRAUD, DUMONT, DURAND, HENRION, CHARBONNEAU, etc., je suis effrayé de cette allure monumentale, grosse de prétentions, bouffie de suffisance. Voilà des noms propres qui se carrent à la façon d'un matamore ou d'un Hercule des foires. Ils se campent le poing sur la hanche en plein soleil, ayant l'air de crier au public : « Regardez, admirez; c'est moi, vous savez bien, moi : est-ce qu'il y a quelqu'un au monde assez abandonné de Dieu pour ne me pas connaître? » Nos bons vieux ancêtres, qui n'étaient point si glorieux, mettaient en toutes lettres : « Béraud, chamoiseur; Dumont, passementier; Durand, ferblantier. » Ils ne croyaient point inutile d'éclairer par un bref commentaire les énigmes de leur étalage, comme du temps de Shakspeare on mettait une

inscription sur un poteau pour aider à l'intelligence des décorations sommaires du théâtre. Aujourd'hui il semble que ce soit entièrement superflu, et que ces noms illustres doivent nécessairement dissiper toute obscurité de leur propre lumière, comme si l'univers entier était tenu de savoir que M. Henrion est bottier et M. Charbonneau boulanger.

Si j'étais forcé de choisir, je préférerais de beaucoup à cette orgueilleuse concision la loquacité provençale d'un célèbre confiseur, mi-candide et mi-roué, lequel avait jugé à propos de faire des réclames avec des sermons et d'afficher sur ses volets, côte à côte avec ses nougats, les commandements de Dieu et de l'Église.

Une autre tradition qui s'en va, c'est celle des vignettes et des tableaux de genre qui ornaient les enseignes du temps jadis. Au-dessus de chaque boutique tant soit peu respectable s'étalait un petit chef-d'œuvre d'*humour*, où la palette d'un artiste inconnu, d'un rapin désillusionné de la gloire, avait prodigué la verve, les couleurs et la fantaisie. Le pinceau complétait la parole, et la parole expliquait l'œuvre du pinceau; l'idée, apparaissant sous deux formes, exerçait un double charme, et séduisait à la fois l'esprit et le regard. Hélas! ces tableaux ont presque tous disparu, comme ces naïves scènes de genre qui illustraient autrefois les assiettes de faïence et jusqu'aux rideaux de lit de la moindre maison campagnarde. On rencontre bien encore, de loin en loin, quelques restes de cet usage antique; mais ces peintures sont entachées du caractère moderne: elles tombent dans le clinquant, le maniéré, le joli, et n'ont plus cette honnêteté de dessin et cette candeur de touche qui donnent tant de prix aux enseignes des auberges de village.

Allez voir, au coin de la rue Saint-Honoré et de la rue Croix-des-Petits-Champs, l'enseigne de la *Fiancée* ; sur la devanture d'un magasin de la rue Saint-Denis, le tableau des *Forges de Vulcain*. Qui a fait cela ? Est-ce un grand prix de Rome s'exerçant à un pastiche de Prudhon ; un lauréat de l'école des Beaux-Arts, tombé de chute en chute à la décoration des boutiques de nouveautés ; ou bien, comme il sied, un de ces honnêtes barbouilleurs, dont la brosse ardente et naïve jette sur la toile, sans nul souci académique, des créations saisissantes d'originalité et de fantaisie pittoresque ?

Sur quelques points cependant, la tradition s'est conservée à peu près dans sa pureté primitive. Je citerai, entre autres, les enseignes des charbonniers de haut parage, de la plupart des remplacements militaires, enfin des sages-femmes jurées, corps respectables qui demeurent fidèles aux vieilles coutumes et ne sacrifient point au papillotage artistique des pinceaux prétentieux. Il n'est personne qui n'ait admiré maintes fois ces charmants petits tableaux représentant un *fort* qui porte un sac énorme sur son large chapeau, une matrone qui reçoit et berce en ses bras un enfant emmailloté, un buveur couronné de pampre, le nez rouge, la face enluminée et le verre à la main, à califourchon sur un tonneau ventru ; un gourmet émérite dégustant d'un air de suprême volupté une pincée de tabac délicieux ou du moka superfin ; ou bien ces toiles plus importantes, qui sont presque des compositions d'histoire, et qui offrent tour à tour aux regards : un superbe lancier à cheval ; un conscrit faisant, au détour du chemin, ses adieux à la payse baignée de larmes ; un beau hussard frisant sa moustache de la main gauche et offrant galamment

le bras droit à une jeune et rougissante cantinière; enfin une mêlée fouguese destinée à porter l'épouvante dans le cœur du fils de famille.

J'ai vu dernièrement, dans la rue Bellechasse, à la porte d'un marchand de vin, le plus succulent trophée de jambons, verres, bouteilles, pâtés et gigots, peints en un fouillis vigoureux, d'une brosse franche et hardie qui semble dénoter la main d'un Rubens populaire. Il y a encore les toiles des saltimbanques, dont j'ai parlé plus haut. Si ce n'étaient ces derniers et vénérables vestiges, d'ici peu le peintre d'enseignes deviendrait un vrai mythe.

Il ne faut pas mépriser ces chefs-d'œuvre anonymes, contre lesquels se déchainent le soleil, le vent, la pluie et les progrès du siècle. Hogarth a fait des enseignes avant de peindre les *Comédiennes ambulantes*. Carle et Horace Vernet en ont fait aussi, et les amateurs vont admirer un *cheval blanc* de Géricault à la devanture d'une auberge des environs de Paris!

Gardons-nous d'oublier les gravures de mode alignées derrière les fenêtres des tailleurs, et qui représentent de petits jeunes gens au profil correct, bien frisés, bien peignés, se tenant droits et raides dans leurs habits neufs; ou de jeunes dames souriantes, penchant la tête, arrondissant la bouche en cœur et minaudant à la façon d'une pensionnaire à marier qui débute dans le monde. Quant aux bustes de cire que j'ai contemplés bien des fois à travers les vitrages des modistes et des coiffeurs, jamais Pradier ni Canova n'ont sculpté de contours d'une perfection plus exquise, de formes plus suaves et plus arrondies, de galbes plus irréprochables. L'Apollon du Belvédère n'a pas une chevelure si soyeuse et si bien peignée, des yeux aussi lan-

goureusement fendus, des dents et des ongles plantés avec cette proportion, cette grâce, cette symétrie. Ces bonshommes de cire ou de papier font vraiment honte aux hommes de chair et d'os, et c'est tout au plus si Messieurs les gandins eux-mêmes seraient dignes de figurer au milieu des poupées de cire à la devanture d'un coiffeur.

Que l'industrie humaine est ingénieuse pour attirer l'attention du passant! Comme tous ces commerçants luttent d'efforts et de sagacité, rien que pour contraindre le regard indifférent à se fixer sur leur étalage! Tantôt ce sont des moulins en papier peint qui tournent tout seuls, des automates aux mouvements rythmiques et anguleux, — des barbiers de carton, par exemple, dont le rasoir passe et repasse sur le menton d'un client, ou bien un cordonnier frappant convulsivement de petits coups de marteau sur le soulier qu'il tient de la main gauche. Tantôt c'est un trophée de mâchoires de tous les calibres et de toutes les puissances, qui s'ouvrent et se referment lentement devant un triple cercle de gamins, de provinciaux et de soldats atterrés d'admiration. Oh! les mâchoires! N'y a-t-il pas quelque chose de profondément mélancolique dans ce mouvement continu qui les fait s'escrimer à vide, et recommencer sans cesse avec résignation?

Tout cela ne vaut pas encore les affiches : c'est dans cette partie flottante et mobile, qui se renouvelle sans cesse, que triomphe le génie de l'industrialisme. La science de l'affiche a atteint aujourd'hui des proportions jusqu'alors inconnues : elle est arrivée à ce rare degré de perfection où l'habileté devient de l'art. Et ici je ne parle point de ces placards extraordinaires, miracles de patience, où des professeurs de calligraphie exécutent au trait les

scènes les plus dramatiques des *Enfants d'Edouard*, et parviennent à représenter Napoléon à cheval, par une ingénieuse combinaison de lignes où se trouve dessinée et racontée en même temps son histoire. Non, je veux me borner aux affiches ordinaires. Jusqu'où n'y a-t-on pas poussé l'éloquence typographique, les séductions de la vignette, les fascinations de la couleur, usant des teintes les plus variées et les plus éclatantes pour prêter un appui perfide aux ruses de la rédaction ! Combien de chefs-d'œuvre d'artificieuse éloquence, combinés par l'esprit sagace d'un commerçant aux abois, le colleur placarde tous les matins et le chiffonnier enlève tous les soirs ! N'avez-vous jamais rencontré de ces affiches intelligentes et animées, vrais tableaux de genre, qui vous arrêtent au passage par une pluie battante, au milieu de la boue et des passants, fussiez-vous en retard de vingt minutes sur l'heure du dîner ? Le moyen de passer indifférent devant de petits carrés de papier rouge ou d'immenses parallélogrammes de papier jaune, qui vous crient tout à coup, au détour d'une rue :

HALTE - LA !

N'ALLEZ PAS PLUS LOIN SANS PRENDRE MON ADRESSE

VOTRE INTÉRÊT VOUS LE COMMANDE

Chapeaux extra-superfins.	10 fr.	Chapeaux. 1 ^{re} qualité.	6 fr.
Id. extra-beaux fins.	8 fr. 50 c.	Tout ce qui se fait de plus beau. 12 fr.	
Id. superfins.	7 fr. 50 c.		

Ou bien :

NE PLEUREZ PLUS

Et au-dessous, traîtreusement dissimulé en petites lettres qui disparaissent à l'ombre des autres :

LA PERTE DE VOS OBJETS CASSÉS.

Le tout pour annoncer une colle à raccommoder la faïence et la porcelaine.

Ou encore, ce qui me paraît le *nec plus ultra* :

AUX PERSONNES SENSIBLES!!!

Naturellement vous vous approchez, croyant voir l'annonce d'un roman de madame Cottin, et vous êtes tout stupéfait de lire sous cette exclamation splendide, tantôt :

BANDAGES HERNIAIRES DE TOUTES FORMES ET DE TOUS PRIX.

Tantôt :

NOUVELLE PÂTE POUR FAIRE COUPER LES RASOIRS.

Si vous êtes un sot, vous haussez les épaules; mais si vous êtes un homme très-naïf ou très-spirituel, — ce qui revient souvent au même, quoique cela soit fort différent, — vous inscrivez l'adresse de ce prodigieux industriel sur votre calepin.

Et voilà ce que c'est au juste que l'art et l'éloquence!

Voulez-vous d'autres échantillons? Il n'y a qu'à choisir.

Saluons d'abord ce marchand de pommade contre les engelures, qui a inscrit en lettres rouges sur sa bannière :

VOYEZ

LA HUITIÈME MERVEILLE DU MONDE

Et au-dessous, ce commentaire, tout à fait de circonstance :

PLUS DE CHARLATANS!!!

Regardons sur le mur voisin :

ON VOUS INVITE A DINER

CHEZ GROS-PIERRE, RUE DE L'ARBRE-SEC, N° . . .

Pour 80 c., on a : POTAGE,
DEUX plats AU CHOIX,
SALADE suivant la saison,
Un DESSERT,
Un carafon d'excellent WAGON,
Pain A DISCRETION.

LE SERVICE SE FAIT EN ARGENTERIE.

CUISINE SUPÉRIEURE. PROPRETÉ. CÉLÉRITÉ.

Quelquefois, car les affiches reproduisent toutes les nuances de la littérature et tous les genres de style, c'est une rédaction qui se donne des airs de naïveté malicieuse et qui affecte des allures cavalières et indépendantes, comme ces charlatans avisés qui savent bien que le plus sûr moyen de vendre est de faire semblant de n'en avoir point envie, ou bien encore comme ces jeunes poètes qui croient qu'il est de bonne politique de traiter le public du haut en bas dans leurs préfaces, pour lui inspirer le respect de leur propre personne. Que dites-vous de ceci, par exemple :

BAH!!!

AUTANT LA QU'AILLEURS !

ALLONS DINER RUE SAINT-DENIS, CHEZ CASCARET, ETC.

Les rapins et les *calicots* (pardon de ces termes peu académiques, qui n'ont pas de synonymes connus), gens d'esprit débraillé, trouvent cela fort drôle, et ils ne man-

quent pas d'aller diner chez Cascaret, surtout quand il n'en coûte que dix-huit sous.

Voici encore quelque chose de bien joli, que je viens de découvrir tout récemment :

PUISQUE

MES CHEVEUX TOMBENT

JE VAIS ALLER CHEZ MADAME SAINT-ERNEST,

Rue *** , 445,

QUI A DE L'EAU POUR LES EMPÊCHER DE TOMBER

ET

UNE POMMADE INFALLIBLE POUR LES FAIRE REPOUSSER.

Mais les colonnes d'Hercule de l'éloquence typographique ont été atteintes, en ces dernières années, par les affiches de deux maisons de confection rivales. L'une d'elles surtout arbora tous les deux jours, pendant un mois, d'incommensurables feuilles de papier qui pouvaient à peine trouver des murs capables de les recevoir, et où s'alignaient, en caractères hauts de six pouces, des proclamations pleines de fougue et d'enthousiasme. C'était le génie de la réclame, le feu sacré de la spéculation, faisant arme de tout, maniant tour à tour l'émotion et l'ironie, s'adressant à l'esprit et au cœur, criblant l'adversaire de mordantes épigrammes, et s'aventurant sans effroi dans les plus bibliques hyperboles. Le propriétaire de l'établissement, un grand homme qui avait fait fausse route, trouvait moyen de raviver sans cesse l'attention blasée du public, d'endormir ses soupçons, de recommencer chaque fois à vaincre une défiance toujours en éveil et toujours rallumée.

La veille, on s'était déjà laissé prendre à une grande affiche *verte* qui débutait sur le ton lyrique pour finir par un aperçu du prix courant des *articles d'été*. Mais comment voulez-vous qu'on se défiât le lendemain, en se retrouvant en face d'une grande affiche *rouge*, commençant de la manière suivante :

PARIS VA FONDRE

»

LES CHALEURS CONTINUENT PLUS LONGTEMPS

ou d'une affiche *bleue* débutant par ce cri du cœur : *Descendez en vous-même* ; et concluant tout à coup, après une page de prose philosophiquement folâtre, au moment où l'on ne s'y attendait guère, qu'il faut aller se fournir en toute hâte au bazar dont suivaient le nom et l'adresse ?

D'autres fois, le rédacteur tirait ingénieusement parti des circonstances politiques qui occupaient alors tous les esprits, et imitait les manifestes des opinions opposées. Choisisant habilement son exorde, il savait, — par une adroite disposition des mots, par le choix et l'arrangement des lettres, dont les unes se dissimulaient à l'œil nu, tandis que les autres s'étaient avec ampleur, — produire une combinaison perfide qui attirait forcément les regards. On approchait sans défiance, croyant lire un supplément à son journal, et on s'apercevait trop tard qu'on était tombé dans le guet-apens d'une annonce.

Ce duel à l'affiche dura longtemps, à la jubilation des amateurs qui formaient la galerie et qui ne se souvenaient pas d'avoir jamais rien vu d'aussi beau, depuis les mémo-

rables proclamations des luttes de la salle Montesquieu, délibérées en conseil des athlètes et rédigées par un gaillard qui était plus fort sur la boxe que sur la langue française. Cependant, je dois le dire, si ces dernières n'avaient pas cette haute habileté typographique, ce machiavélisme ingénieux, cette verve ardente et spirituelle, elles avaient du moins une candeur loyale et franche, une fierté pleine de rondeur et de bonhomie, qui en faisaient des morceaux doués d'une saveur plus appétissante encore pour un véritable gourmet.

Quant aux : *Changement de propriétaire, Embellissements et améliorations ;*

Le public est prié de ne pas confondre la maison Dupont avec la maison Durand ;

Rabais de 50 pour 100 sur le prix de vente, pour cause de liquidation forcée ;

Le propriétaire des bains... croit devoir avertir sa nombreuse et brillante clientèle, etc. ;

C'est l'A B C du genre, et le moindre colleur sait tout cela sur le bout du doigt.

L'affiche a des rivaux dignes d'elle dans les annonces de journaux et les prospectus distribués sur la voie publique. J'ai rangé dans mes collections, comme un naturaliste dans son herbier, les échantillons les plus curieux de ce genre de littérature, généralement plus productif que le nôtre, et j'en vais détacher quelques fleurs à votre intention. Même arrachées de leur tige, transplantées et desséchées, elles gardent quelque chose de leur parfum primitif.

Voici d'abord l'annonce savante et doctorale, mêlée de citations et de hardies métaphores ;

PLUS DE CHEVEUX

POURQUOI VOUS Y RÉSIGNER ?

« ainsi qu'aux maux de tête, rhumes, etc., qui en sont la suite, lorsqu'un DEMI-LITRE de CALLICOMIPHILE (*Callicomiphile!* trois mots grecs d'un coup! Et l'auteur n'est pas membre de l'Institut! et il y a des académiciens qui s'obstinent à rester chauves!) en arrête la chute et les démangeaisons, et les fait repousser chaque fois que la racine a conservé un reste de vie! J'avais abandonné cette fabrication depuis vingt-trois ans. Devenu chauve à mon tour, j'ai suivi le précepte : MÉDECIN, GUÉRIS-TOI TOI-MÊME. Mes amis, étonnés, ne m'ont pas laissé de repos que je ne l'eusse reprise avec tous les perfectionnements dont elle est susceptible. Avant la fin du flacon, les démangeaisons cessent, la chute s'arrête, *les cheveux endormis s'éveillent et repoussent.* »

Qu'on ne s'étonne pas de cette distinction de style : les coiffeurs sont des lettrés, on l'a déjà vu, et ils cultivent la fleur de rhétorique avec une prédilection marquée. Ce sont les perruquiers à la mode qui ont imaginé de s'appeler eux-mêmes des *professeurs* et d'appeler leurs garçons des *artistes*. Je me souviens parfaitement d'avoir vu sur les murs de Paris une affiche merveilleuse, dont j'ai pris religieusement copie, et qui débutait ainsi :

« AUX VINGT-CINQ PLUS GRANDS ARTISTES DU CACHET INIMITABLE DE LA COIFFURE MODERNE, SOUS LA DIRECTION D'UN GRAND PROFESSEUR D'ART CAPILLAIRE HORS LIGNE. »

Voici maintenant l'annonce sentencieuse, qui procède par axiomes à la fois badins et solennels :

HYGIÈNE, ÉCONOMIE ET DIGNITÉ DANS L'ART DE FUMER.

Quoi qu'en dise Aristote et sa docte cabale...
 Tout le monde aujourd'hui a fumé, fume ou fumera.

CIGAROTYPE

NOUVEAU MOULE A CIGAROS (PETITS CIGARES).

Le Cigarotype, par son utilité, fera le tour du monde.
 LEMAIRE-DAIMÉ¹.

La pipe est une erreur sociale ;
 La cigarette est un problème ;
 Le cigare est un mensonge ;
 Le Cigaro seul sera une vérité.

(*Pensées inédites de JEAN NICOT.*)

Joignons-y l'annonce onctueuse et sentimentale :

« Aujourd'hui la photographie joue un grand rôle dans les familles, car, s'il se fait un accord de mariage, vite les futurs époux échangent leurs portraits; le mari fait faire son portrait et le donne dans une broche à sa jeune épouse; puis ils se font faire en groupe pour donner aux parents, seul moyen de combler le vide laissé dans les deux familles par ce mariage. Les pères et mères ne peuvent faire autrement que de donner leurs portraits aux jeunes mariés, lesquels ne doivent pas oublier de se faire photographier en cartes de visites pour les petits parents et les plus proches amis.

« Au jour de l'an ou au jour d'une fête, quelle est la plus grande preuve d'amitié que l'on puisse donner à une personne aimée? C'est de lui offrir son portrait.

¹ Le classique cité ici avec tant d'à propos est tout simplement l'inventeur du Cigarotype, — et de son prospectus.

« Si un fils part à l'armée, il fait faire son portrait pour ses père et mère, et quelques cartes de visite pour ses amis.

« Un enfant fait sa première communion : comment conserver le souvenir de cet heureux jour ? En représentant les traits de cet enfant dans toute leur innocence.

« Quelle est la plus agréable surprise dans un bouquet que l'on reçoit ? C'est de trouver la carte représentant la personne qui l'envoie.

« Dans un repas, est-il plus agréable surprise que de trouver, en même temps que son nom, sous son couvert, le portrait de son amphitryon ?

« Enfin, comme l'a dit un grand homme, la photographie doit être l'image de tous les bons sentiments.

« Mais, pour cela, il est très-important de bien choisir l'artiste auquel on s'adresse. »

Cette dernière remarque est très-sensée, et elle forme en même temps la transition la plus naturelle pour amener le nom et l'adresse de l'artiste. Cependant elle est dépassée encore par la maxime précédente, qui unit toute la finesse de Jocrisse à toute la profondeur de La Rochefoucauld. *Ce comme l'a dit un grand homme* surtout vaut son pesant d'or.

Auriez-vous soupçonné tant de poésie dans l'âme d'un photographe ?

La citation est d'ailleurs l'arme favorite des fabricants de prospectus populaires qui ont le génie de l'emploi. Ils aiment à placer leur industrie sous l'autorité d'un nom illustre, laissé prudemment dans le vague. Le photographe a son *grand homme* ; l'inventeur des Pastilles-Rozière pour le pot-au-feu a son *homme d'esprit*. Mais n'anticipons pas, et détachons les plus savoureux passages de ce beau mor-

ceau, vraiment digne d'être admis dans les *Leçons de littérature* :

PASTILLES-ROZIÈRE

POUR LES SAUCES. — POUR LE POT-AU-FEU.

VÉRITABLE TRÉSOR DE LA CUISINE

ADMIS A L'EXPOSITION DE LONDRES.

ROZIÈRE

Chimiste, seul fabricant breveté s. g. d. g.

« Pour introduire une amélioration quelconque dans les usages de la vie, il faut toujours parler aux sens autant qu'à l'intelligence. Il faut surtout lutter contre des opinions reçues, qui sont, la plupart du temps, de véritables préjugés.

« L'indifférent s'arrête aux premiers bruits de la renommée et sourit; dans son esprit s'élève d'abord une idée de charlatanisme. Bientôt il est entraîné à faire un essai, et si l'objet de son attention a, comme celui que nous offrons au public, une valeur réelle, le succès est infailliblement assuré.

« Voilà l'histoire des **BOULES-ROZIÈRE** : nos annonces multipliées, nos prospectus enthousiastes, mais vrais, la forme même de nos voitures, **DONT NOUS DONNONS CI-JOINT LE MODÈLE AVEC NOTRE PHOTOGRAPHIE**, tout a pu paraître étrange; mais les essais ont suivi la curiosité. Aujourd'hui ceux qui doutaient, les Brillat-Savarin et les Berchoux, tous les aristocrates de la gastronomie se servent uniquement des **PASTILLES-ROZIÈRE**, renoncent à l'acre caramel et même à l'oignon brûlé, dont la meilleure et la plus saine substance est perdue, et qui, en colorant le bouillon,

laisse toujours un dépôt désagréable sur les viandes et les légumes.

« En 1819, M. CHARLES ROZIÈRE, mon père regretté, fut le premier qui eut l'idée de faire cuire des oignons dans un four, pour livrer au commerce ce que l'on appelle aujourd'hui *oignons brûlés*. Il eut de nombreux imitateurs.

« Je perdis en 1848 ce guide habile, et, sans renoncer aux études scientifiques auxquelles mon père m'avait appliqué, je pris sérieusement la suite de ses affaires.

« L'expérience ne tarda pas à me montrer que dans l'oignon, etc, etc. (Suit l'exposé des méditations laborieuses et des études prolongées de M. Rozière sur la manière de cuire l'oignon : les termes scientifiques y sont sagement prodigués.)

« Le goût et l'œil sont flattés, mais c'est avant tout un bienfait réel dans l'alimentation.

« Un homme d'esprit, qui ne dédaigne pas de s'occuper des choses ordinaires de la vie, nous écrivait : *« C'est une révolution complète dans le pot-au-feu ! »* — J'accepte le mot, ajoute courageusement M. Rozière : c'est une révolution, du moins toute à l'avantage des personnes qui sortent de la vieille routine. »

Il n'est pas jusqu'aux pédicures qui ne jettent l'esprit, l'ironie, les grâces légères et le sel attique à pleines mains dans leurs prospectus :

A TOUS CEUX QUI ONT DES PIEDS

« Autrefois on n'avouait pas ses cors, — on préférait se martyriser en silence et souvent même se blesser dangereusement.

« Aujourd'hui que, *grâce aux chaussures modernes*, on ne peut nier, qu'y compris *les femmes les plus charmantes et les plus poétiques*, tout le monde ne soit atteint de cet affreux inconvénient; aujourd'hui qu'on a pu constater l'inutilité de tous ces prétendus onguents, taffetas et limes chimiques *soi-disant* infallibles; aujourd'hui enfin, qu'il y a d'honorables spécialités qui ont étudié *la question*, et qui opèrent avec une merveilleuse dextérité, on préfère choisir tout simplement un praticien expérimenté, et lui confier le soin d'extraire, sans douleurs et pour longtemps, les cors, œils de perdrix, durillons, etc., dont nos extrémités inférieures s'illustrent trop souvent.

« Il y avait d'honorables dentistes, de savants oculistes; maintenant il y a aussi d'intelligents Pédicures, *hommes sérieux*, qui traitent leur spécialité scientifiquement et sans charlatanisme; — or, c'est à ceux-là qu'on doit avoir recours *de temps en temps*, afin de pouvoir marcher sans contorsions, sans grimaces et sans souffrances. *ce qui ne manque pas d'offrir certains avantages.* »

Qui n'a lu les prospectus en vers, sur l'air de *T'en souviens-tu?* que la maison du *Bon Diable*, plus féconde encore que la *Halle aux habits*, de facétieuse mémoire, fait distribuer tous les quinze jours sur la voie publique? Elle a déjà créé dans cette chasse au client un répertoire aussi copieux et presque aussi intéressant que celui de Béranger.

Le roi de la réclame fut le méridional M. Aymès, déjà nommé, dont l'intarissable faconde s'épanchait en flots abondants jusque sur ses volets. C'est lui qui, sous le nom de *vin de Noé*, vendait aux Parisiens le modeste vin cuit de l'Angesse près du Tholonet, en ayant soin de les avertir qu'il ne donnait pas plus de 25 bouteilles à la fois, *afin*

qu'il y en eût pour tout le monde. Il avait imaginé aussi le nougat, qui fond sous la dent comme la neige au soleil, et le pâté de thon, dont les personnes pieuses pouvaient manger sans crainte le vendredi, attendu qu'il n'est pas fait avec du veau. Mais sa plus belle invention, sans contredit, était celle du saucisson d'Arles, fait avec de la chair des taureaux sauvages de la Camargue, et qui « répandait des larmes sous la lame des couteaux. »

Pourquoi suis-je forcé de m'arrêter ? J'ai encore en portefeuille de si jolis échantillons ! Mais on n'aurait jamais fini : Paris n'est plus guère aujourd'hui qu'un immense mur à affiches, constellé, depuis les cheminées jusqu'aux trottoirs, de carrés de papier de toute couleur et de tout format, sans parler des simples inscriptions, qui néanmoins ont souvent leur mérite ; un gigantesque bazar, où la réclame vous guette sur tous les trottoirs, vous arrête, vous assiège, vous traque et vous happe par les yeux ou par les oreilles, se faufile dans votre poche, s'assied dans votre stalle au théâtre, vous poursuit chez vous, se déguise en pierrot ou en débardeur pour mieux vous attraper, se met au besoin en musique, sort partout de dessous terre comme un diable d'une boîte à surprise, et ne lâche même pas prise dans les *water closet* !