

# POÈMES-BONIMENTS DANS LES CABARETS MONTMARTROIS : L'EXEMPLE DE MAURICE MAC-NAB AU CHAT NOIR

par Agnès CUREL

Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3

La poésie *fin-de-siècle* a beaucoup puisé dans la « réclame » pour se renouveler et décrire avec mordant les nombreuses facettes de la modernité émergente. « Nouvelle pratique commerciale et objet sémiotique complexe (à la fois signe, image et consigne), la réclame va se prêter à plusieurs niveaux de distorsion parodique » selon Catherine Dousteysier-Khoze, qui a étudié pour sa part comment « certains poètes *fin de siècle* exploitent et détournent cette "icône" moderne qu'est l'affiche-réclame<sup>1</sup> ». Parmi ces poètes, ceux de la bohème montmartroise se distinguent, mettant ces détournements parodiques de la réclame au service de leurs fumisteries. Le poète-chansonnier Maurice Mac-Nab a notamment écrit et fait entendre au cabaret du Chat Noir plusieurs monologues et « poèmes-réclames » qui constituent des exemples remarquables de ces parodies de publicité.

Au lieu d'évoquer les « poèmes-réclames », il serait cependant plus juste de parler de « poèmes-boniments » afin de replonger la production poétique de Mac-Nab dans le contexte du cabaret du Chat Noir et des techniques publicitaires – malgré l'anachronisme du terme – de l'époque. Le boniment<sup>2</sup> reste en effet en cette fin de XIX<sup>e</sup> siècle une pratique courante et se trouve même certainement à son apogée. À la fois pratique liée à la tradition des arts du spectacle, le plus souvent en plein air, il constitue également une pratique commerciale de rue, encore éminemment vivace à la Belle Époque. Jean-Yves Mollier dénombre ainsi environ 150 000 camelots en France à cette époque<sup>3</sup>. Ainsi, même si le boniment, par son caractère oral, individuel et improvisé, ne peut devenir l'un des « grands médias » qu'évoque Marc Martin au sujet de l'essor de la publicité au début du XX<sup>e</sup> siècle<sup>4</sup>, il apparaît très clairement qu'il s'agit d'une forme de proto-publicité, de réclame particulièrement ancrée dans les habitudes et le paysage

1. Catherine Dousteysier-Khoze, « Notes sur un dispositif fin de siècle : pub, parodie et poésie » dans *Discours, image, dispositif. Penser la représentation II*, s. dir. Philippe Ortel, Paris, L'Harmattan, 2008, p. 221.

2. Le boniment est, d'après la définition proposée par le *Trésor de la langue française*, une « annonce orale faite à l'entrée d'un lieu de spectacles (baraque foraine, salle de cinéma muet, etc.), visant par son pittoresque et la faconde de celui qui la fait à susciter l'intérêt du public et, par extension, une argumentation ingénieuse d'un camelot faisant l'article de sa marchandise ».

3. Jean-Yves Mollier, *Le Camelot et la rue. Politique et démocratie au tournant des XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles*, Paris, Fayard, 2004, p. 67.

4. Voir Marc Martin, *Trois siècles de publicité en France*, Paris, Odile Jacob, 1992. Selon Marc Martin, « un moyen de communication de masse est nécessaire » pour que la publicité en tant que telle apparaisse. Les « grands médias » comptent la « presse, l'affiche, le cinéma, la radio et la télévision » (p. 15-16).

culturel. Le boniment s'insère d'ailleurs lui-même dans une tradition orale qui inclut les cris de Paris du Moyen-Âge au XIX<sup>e</sup> siècle et certaines pratiques des foires et des cabarets<sup>5</sup> jusqu'au début du XX<sup>e</sup> siècle. Proposer à la place des « poèmes-réclames » – qui font référence à une tradition écrite – le terme de « poème-boniment » permet à mon sens de souligner la dimension publicitaire de ces poèmes parodiques, mais également la tradition orale, populaire, dans laquelle ils s'inséraient. En effet, ces textes poétiques doivent être replacés dans le contexte de leur réception : ceux-ci étaient d'abord destinés à être interprétés devant le public du cabaret et non pas seulement publiés. Loin d'être superfétatoire, la question de l'oralité apparaît ici comme un critère déterminant pour saisir dans toute son ampleur la dimension parodique du travail poétique de Mac-Nab. Le boniment, forme ancienne mais toujours vivace de réclame, irrigue donc la vie littéraire et artistique des cabarets montmartrois et offre aux poètes une forme d'énonciation originale pour leurs jeux littéraires, dans la lignée des monologues fumistes.

## **Les boniments au cœur des cabarets-théâtres à Montmartre : l'exemple du Chat Noir.**

Montmartre apparaît à la croisée de deux cultures : l'une, celle de l'oralité, en train de décliner, et l'autre, celle de l'écrit (la presse, les affiches), en plein développement. Capitale de la fête<sup>6</sup> et de la dérision, Montmartre est également, en cette fin de XIX<sup>e</sup> siècle, un haut lieu de la réclame naissante. Les mises en scène fantasques de Rodolphe Salis, propriétaire et bonimenteur du Chat Noir, constituent autant de « coups publicitaires » qui jettent la lumière sur son établissement, comme lors de ses fausses funérailles qu'il organise en 1882<sup>7</sup>, un an après l'ouverture de son cabaret. Ce même cabaret édite un journal et Salis, qui se présente aux élections municipales de 1884, use et abuse des affiches pour rendre publiques ses grandes déclarations d'indépendance de la butte Montmartre<sup>8</sup>. Des artistes comme Steinlen ou Toulouse-Lautrec<sup>9</sup> excellent dans l'art de l'affiche et choisissent la Butte pour exercer leur talent. Mais paradoxalement, Montmartre repose également sur une tradition orale consommée et revendiquée, qui continue d'ailleurs à résonner dans les rues parisiennes et les foires qui drainent chaque saison des milliers de badauds-spectateurs, amateurs des parades et des boniments qu'on y sert à longueur de journée. La mémoire que nous avons du Chat Noir est en cela emblématique de cette ambivalence : aucune affiche ne représente mieux Paris dans un imaginaire mondialisé que l'affiche de Steinlen pour la tournée du Chat Noir, avec Rodolphe Salis annoncé comme vedette. Néanmoins ce dernier ne reste connu que des spécialistes alors qu'il était une figure incontournable de Montmartre,

---

5. Le boniment résonne en effet sur les champs de foire : chaque baraque foraine emploie au moins un bonimenteur qui, depuis une petite estrade, harangue les passants pour leur présenter le spectacle présenté et les faire entrer. Cette pratique est reprise dans plusieurs cabarets montmartrois.

6. Comme le montre Louis Chevalier dans *Montmartre du plaisir et du crime*, Paris, La Fabrique Éditions, 2016 [1980].

7. Voir Mariel Oberthür, *Le Cabaret du Chat Noir à Montmartre (1881-1897)*, Genève, Slatkine, 2007, p. 39-40.

8. *Idem*, p. 44-45.

9. Toulouse-Lautrec s'est d'ailleurs installé à Montmartre en 1880 et se lie d'amitié avec Aristide Bruant après l'ouverture du cabaret du Mirliton en 1885. Voir Louis Chevalier, *op. cit.*, p. 221 et 230.

notamment grâce à ses boniments truculents qui attiraient le tout Paris. Si l'image du Chat Noir est restée, de manière même hypertrophique, ce qui en constituait la sève — les calembours des artistes, les spectacles d'ombres au boniment improvisé —, est désormais ignoré. Les paroles volatiles, poèmes, chansons, saynètes, théâtre, se sont effacées des mémoires tandis que la silhouette, l'image publicitaire sont restées.

Le Chat Noir ouvre au 84 boulevard Rochechouart en 1881. Très vite, celui-ci devient un modèle du genre, et est imité aussi bien à Paris que dans toute l'Europe<sup>10</sup>. En 1885, il déménage rue de Laval, occasion d'une grande procession carnavalesque des artistes qui le fréquentent, ce qui ne manque pas de faire une belle publicité au cabaret :

Mes chasseurs en culotte courte ouvraient le cortège, puis venaient notre bannière d'or et mon suisse... Marchaient ensuite mon majordome en costume de sous-préfet et moi-même en préfet. Le sous-préfet, très digne, faisait ranger les badauds et disait aux gens ahuris : « Assurez l'ordre ». Nous étions suivis par sept ou huit musiciens du Conservatoire, faisant rage, et par quatre garçons en habits d'académicien. Le cortège était fermé par une bande d'amis portant des torches<sup>11</sup>.

Car tout est mis en scène au Chat Noir, tout contribue à un spectacle permanent, orchestré par Rodolphe Salis, figure tutélaire et vedette, donc, du cabaret. Dans ses souvenirs, le poète-chansonnier Dominique Bonnaud souligne l'exhibition constante à l'œuvre au Chat Noir, où tout doit appartenir au spectacle :

Des gens exploitent un commerce banal, épicerie, pharmacie, etc... Rodolphe, lui, exploite des artistes ; il les exhibe aux profanes, les fait boire, manger, parler devant eux. Il les fait chanter, jouer des marionnettes et montrer des ombres chinoises – lui-même a un rôle et fait le boniment ; il est gentilhomme et cabaretier, artiste commerçant<sup>12</sup>.

À l'intérieur du cabaret, la parole est la grande vedette. Dans leur ouvrage *Presse, chanson et culture orale au XIX<sup>e</sup> siècle*, Marie-Ève Thérénty et Élisabeth Pillet rappellent que « l'importance grandissante de l'écrit ne signifie pas le dépérissement de la culture orale », au sens où l'entendait Paul Zumthor, et que celle-ci « reste éminemment vivante<sup>13</sup> ». La chanson s'y développe, les poètes déclament leur derniers poèmes, jouent des saynètes et leurs fameux monologues fumistes<sup>14</sup>, et si au Chat Noir le théâtre d'ombres d'Henri Rivière fait fureur, c'est également grâce aux boniments de Salis qui les accompagnent.

---

10. Voir Harold B. Segel, *Turn-of-the-century Cabaret : Paris, Barcelona, Berlin, Munich, Vienna, Cracow, Moscow, St. Petersburg, Zurich*, New York, Columbia University Press, 1987.

11. *Le Temps*, 15 janvier 1896, rapporté dans *Le Chat Noir (1881-1897)*, Les Dossiers d'Orsay, catalogue rédigé par Mariel Oberthür, Paris, Réunion des Musées Nationaux, 1992, p. 11.

12. Dominique Bonnaud, *La Fin du Chat Noir ou le dernier des Mohicans de la Butte*, dans *Les Annales politiques et littéraires*, 28 juin 1925, p. 330.

13. Élisabeth Pillet et Marie-Ève Thérénty, *Presse, chanson et culture orale au XIX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Nouveau Monde Éditions, 2008, p. 15.

14. Voir par exemple Françoise Dubor, *L'Art de parler pour ne rien dire. Le Monologue fumiste fin de siècle*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2005.

Ce goût pour l'oralité se retrouve d'ailleurs dans les publicités pour le cabaret diffusées dans la revue *Le Chat Noir*. Ainsi, une publicité<sup>15</sup> parue entre 1882 et 1884 reprend ouvertement la rhétorique du boniment et de l'exhibition permanente :

*Ce cabaret  
est la plus Étonnante, Merveilleuse, Bizarre,  
grandiose, Stupéfiante, Vibrante création des  
siècles écoulés sous la Faux du temps  
Fondé sous Jules César  
On y voit des verres dont se servaient Charlemagne, Villon, Rabelais, le cardinal de Richelieu,  
la duchesse de Chevreuse, Mme de Rambouillet, Mlle de Scudéry, Louis XIV, Mme de la Vallière,  
Voltaire, Diderot, Robespierre, Bonaparte, Mme de Staël et Mme Récamier, Baudelaire, Baour-  
Lormian, George Sand, Sapeck, Goudeau.  
Demandez à contempler la lyre de Victor Hugo et le luth sonore de Charles Pitou et de Clovis  
Hugues, poète grêlé.*

On retrouve les codes du boniment dans l'accumulation d'adjectifs hyperboliques, l'adresse directe sur le mode injonctif – « demandez » – et l'accent mis sur les verbes de vision. Paradoxalement, on vient ainsi au cabaret non pour boire, ce qui serait attendu, mais pour « voir » et « contempler ». De même, la liste cocasse de personnages historiques, mêlés aux amis de Salis, à l'instar de Sapeck et Goudeau, rappelle le principe d'exhibition et de surenchère constante que propose le cabaret. Celui-ci devient alors un gigantesque cabinet de curiosités, où même les meubles ne sont plus seulement fonctionnels mais deviennent argument scénographique, exposition permanente<sup>16</sup>.

Si la publicité passe ici par l'écrit, on peut néanmoins remarquer qu'elle mime encore la réclame orale, reproduisant également l'esthétique générale du cabaret, toujours marquée par les arts de la parole vive. D'ailleurs, nombre de prospectus pour les divertissements des foires utilisaient le même procédé, directement en lien avec les boniments. En outre, cet effet d'oralité retranscrite à l'écrit ne se cantonne pas aux encarts publicitaires. Chargé de la préface pour le premier recueil de poèmes de Maurice Mac-Nab, Coquelin Cadet<sup>17</sup> file la métaphore du boniment liminaire pour annoncer – c'est-à-dire présenter et promouvoir – le poète : « Vous voulez que je vous présente au public ? » commence-t-il par écrire, avant de se présenter lui-même par deux fois comme un « barnum<sup>18</sup> » et un « faiseur de boniment qui se tient tout près de la couverture »

---

15. Mariel Oberthür évoquait déjà cette publicité dans son ouvrage *Le Cabaret du Chat Noir à Montmartre* (voir note 7).

16. L'exposition comme obsession du XIX<sup>e</sup> siècle a été l'occasion, outre le fameux mot de Flaubert dans le *Dictionnaire des idées reçues* (« Exposition : sujet de délire du XIX<sup>e</sup> siècle »), d'une étude de Philippe Hamon. Voir Philippe Hamon, *Expositions. Littérature et architecture au XIX<sup>e</sup> siècle*, Paris, José Corti, 1989.

17. Le comédien fréquentait assidûment le cabaret du Chat Noir et interprétait nombre de monologues, notamment ceux de Charles Cros.

18. Phineas Taylor Barnum (1810-1891) était un showman américain, roi du bluff et des exhibitions de phénomènes. Son cirque fait plusieurs tournées en Europe dans la deuxième moitié du XIX<sup>e</sup> siècle et marque les esprits. Par antonomase, un « barnum » est donc une personne « qui exploite le talent d'un artiste, exhibe des phénomènes à sensations, etc., à l'aide d'une publicité tapageuse et en organisant des tournées » (*Trésor de la langue française*).

avant d'ajouter : « [O]n se dit : nous allons nous mettre à deux pour forcer les passants à s'arrêter. On prend un porte-voix et l'on demande au public<sup>19</sup>... ». C'est ce que fait précisément un bonimenteur devant sa baraque. Reprendre les codes du boniment permet à Coquelin Cadet d'introduire de manière comique le poète mais également d'insister sur l'effet de seuil – le boniment étant, d'une certaine manière un « seuil<sup>20</sup> » comme peut l'être une préface.

C'est dire, donc, si le boniment comme pratique publicitaire ou proto-publicitaire issue d'une culture orale est à l'œuvre dans l'environnement des cabarets, tant dans son esthétique générale que dans son usage, par exemple, de la publicité dans la presse. Le rapport est ici extrêmement ludique, suivant l'esprit général du cabaret et des cercles artistiques qui le fréquentent et l'animent.

## **Maurice Mac-Nab, poète et monologueur**

C'est dans le cadre de ces paroles poétiques qui s'exhibent, d'exposition permanente du cabaret et de ses protagonistes que Maurice Mac-Nab a connu sa courte mais appréciée carrière de poète-chansonnier. Comme beaucoup de membres du Chat Noir – Salis en tête –, il est difficile de savoir ce qui tient dans la vie de Mac-Nab de la légende et de la réalité. Né en 1856 à Vierzon d'une famille écossaise, il serait venu à Paris après son service militaire pour travailler comme commis dans un bureau de Poste. Le soir, il participe à des cercles poétiques : membre des Hydropathes puis des Hirsutes, il suit ensuite Goudeau de l'autre côté de la Seine pour s'établir au cabaret du Chat Noir. Là-bas, il est poète-chansonnier pendant quelques années, avant de tomber malade et de mourir, après quelques mois loin de Paris, en 1889. Il aura eu le temps de publier deux recueils de ses poèmes et monologues, les *Poèmes mobiles*, paru en 1886, suivi des *Poèmes incongrus* en 1887<sup>21</sup>. Des *Chansons du Chat Noir* seront publiées de manière posthume, en 1890<sup>22</sup>.

Ses poèmes, chansons et monologues forment un ensemble bigarré, au ton fort différent d'un texte à l'autre, mais qui expriment parfois une trace de l'imaginaire forain à l'œuvre au cabaret du Chat Noir. Le monologue « le Nain Colibri » est en cela exemplaire et mérite notre attention. Celui-ci se présente comme un jeu, une petite mise en scène à faire entre amis « dans les longues soirées d'hiver » pour trouver « le moyen de distraire leurs invités<sup>23</sup> ». Après avoir expliqué la marche à suivre pour créer ce phénomène de foire, Mac-Nab invite « un troisième personnage, armée d'une baguette, [à faire] le barnum et [réciter] le boniment suivant », exactement comme dans un spectacle de phénomènes, qui fait encore fureur à l'époque dans les fêtes foraines. Par ailleurs, le nom de Colibri fait immédiatement référence, pour un spectateur du XIX<sup>e</sup> siècle, à différents divertissements connus : « Le Prince Colibri » avait été un phénomène célèbre

---

19. Maurice Mac-Nab, *Poèmes Mobiles*, préface de Coquelin Cadet, Paris, Léon Vanier, 1886, p. VII-X.

20. Dans le sens que lui donne Gérard Genette dans *Seuils*, Paris, Éditions du Seuil, coll. « Poétique », 1987.

21. Maurice Mac-Nab, *Poèmes incongrus*, Paris, Léon Vanier, 1887.

22. Maurice Mac-Nab, *Chansons du Chat Noir*, Paris, Au Ménestrel, 1890.

23. Maurice Mac-Nab, « Le Nain Colibri », *Poèmes Mobiles*, *op. cit.*, p. 89.

dans les années 1850 tandis que les « Colibris béarnais », un groupe de nains très populaires, se produisent un peu partout en France à la même époque. Le monologue du « Nain Colibri » apparaît ainsi comme un pastiche des plus drôles des boniments forains, reprenant les différents traits saillants qui ont caractérisé le genre.

Mesdames et Messieurs,

Le phénomène que j'ai l'honneur de vous présenter à été découvert en Turquie, où il faisait les délices du sultan Yousouf-rataïa-ta-pouf.

Âgé de vingt-neuf ans trois mois six jours, depuis quarante ans que je le montre il n'a pas grandi d'une ligne et ne m'a jamais donné que des sujets de satisfaction.

Il s'appelle Colibri comme son père et sa mère dont auxquels il leur ressemble comme une goutte d'eau.

Monsieur Colibri, saluez l'honorable société !

Il aurait pu être roi comme son père et sa mère, mais il a préféré être nain.

C'est sa petite taille qui décidé sa vocation<sup>24</sup> !

Le motif exotique, que l'on retrouvait souvent dans les foires, est ici parodié dans l'onomastique, tandis que les phrases grandiloquentes, ostensiblement mensongères confinent à un absurde jubilatoire, par exemple dans le martèlement et la précision des chiffres énoncés. L'accumulation de relatifs (« dont auxquels il leur ressemble ») vient faire sursauter la syntaxe et produit un effet comique qui peut, en outre, être encore creusé dans l'interprétation proposée : jouera-t-on un orateur qui s'empêtre dans sa phrase ou au contraire un faux docte qui compile crânement les pronoms sans relever l'absurdité de son propos ? Le plaisir de l'incohérence, au cœur de l'art fumiste, est palpable. D'ailleurs, ce monologue peut apparaître comme un clin d'œil aux soirées du Chat Noir : on y relève le même principe d'exhibition – le nain Colibri rappelant alors les chansonniers et autres artistes qui se donnent en spectacle chaque soir. De plus, celui-ci est invité à chanter à la fin du monologue. Une autre référence aux soirées chatnoiresques se cache sans doute dans le « pas du hareng saur désossé<sup>25</sup> » qu'est censé réaliser le nain, en écho au monologue du « Hareng Saur » composé par Charles Cros en 1872 et que Coquelin Cadet lui-même interpréta de nombreuses fois au cabaret.

## **Jeux littéraires autour de formes publicitaires : « Le Clysopompe », « Les Poêles Mobiles » et « Plus de cors ! ».**

Si la majorité de la production littéraire de Mac-Nab ne se réfère pas de manière aussi évidente au boniment forain, on peut cependant souligner l'importance des scènes quotidiennes mettant en scène des objets habituels, touchant à la vie intime et connaissant dans le même temps une publicité importante. Il en va ainsi du poème « Clysopompe » présenté dans le recueil *Poèmes incongrus*<sup>26</sup>. Poésie érotique écrite en alexandrin, vantant les charmes et le potentiel fantasmatique d'un clystère aperçu sur une table de nuit, elle s'inscrit sans doute dans une

---

24. *Ibid.*, p. 90.

25. *Idem.*, p. 92.

26. Maurice Mac-Nab, « Clysopompe », *Poèmes Incongrus*, *op. cit.*, p. 36-37.

série de jeux poétiques en forme d'échos puisque Dominique Bonnaud va lui aussi évoquer le clysopompe dans son « Petit sonnet sauce Coppée<sup>27</sup> ». Rimbaud fait également référence aux « clysopompes d'argent » dans le poème « Lys », présent dans *L'Album zutique*. En suivant ce qu'indique Jean-Baptiste Baronian dans son *Dictionnaire Rimbaud*, on remonte à une première publicité parodique du Clysopompe dans le journal satirique *La Lanterne du Boquillon*<sup>28</sup>. Et, de manière assez frappante, déjà en 1867 Hippolyte Taine dans ses Notes sur Paris: vie et opinions de Frédéric-Thomas Graindorge soulignait l'importance nouvelle de la publicité en évoquant le cas du clysopompe :

Aujourd'hui la publicité aussi bien que le temps est de l'argent. [...] Un objet commercial quelconque, toiture en zinc ou clysopompe, cheminée fumivore ou râtelier en hippopotame, gagne tant d'acheteurs par tant de lignes d'annonce ; la proportion est connue. Forcément, fatalement, telle denrée, tel remède, qu'on rencontre tous les jours, partout, en grosses lettres, en petites lettres, sur les murs, dans les gazettes, dans les chemins de fer, aux cafés, chez soi, chez les autres, imprime son nom dans la mémoire. On n'a pas voulu le lire et on l'a lu ; on a évité de le retenir et on le sait par cœur ; on s'en est moqué tout haut, ce qui a accru sa publicité. Que le besoin de la chose en question survienne : on n'a pas de conseil sous la main, on n'a pas d'autre nom en tête, on est pressé, on se dit par lassitude que, puisque celui-là est public, il en vaut un autre ; on va à l'adresse connue, on avale et on recommence<sup>29</sup>.

Ces facéties autour de produits ou d'objets du quotidien atteignent leur climax avec deux des poèmes les plus célèbres de Mac-Nab, les « Poêles mobiles » et « Plus de cors ! », textes qui ouvrent le recueil les *Poèmes mobiles*. Le poème « Les Poêles mobiles » a particulièrement marqué les esprits et imposé Mac-Nab comme poète-chansonnier de renom au Chat Noir. Pour François Caradec, « c'était la première fois que la poésie et la "réclame", comme on appelait alors la publicité, s'alliaient avec autant de gravité et de bouffonnerie<sup>30</sup> ».

Le poêle, c'est l'ami qui, dans la froide chambre,  
Triomphant des frimas nous fait croire aux beaux jours.  
Son ardente chaleur nous ranime en décembre  
Et sous le ciel glacé réchauffe nos amours !

*Le poêle mobile se distingue de tous les autres en ce que, muni de roues, il peut se déplacer comme un meuble. On le roule successivement au salon, à la salle à manger, dans la chambre à coucher. La prudence exigeant que l'on ne conserve pas de feu dans la chambre où l'on*

---

27. Dominique Bonnaud, « Petit sonnet sauce Coppée », rapporté par Léon de Bercy dans *Montmartre et ses chansons*, Paris, H. Daragon, 1902, p. 189. Le clysopompe apparaît dans le deuxième quatrain : « De ses doigts fuselés tachés d'iodoforme, / Pieusement entre son pouce et son index, / Il saisit dans la montre un clysopompe énorme / Et le remplit jusques au bord d'"aqua simplex" ».

28. *La Lanterne du Boquillon*, n°7, février 1869, p. 107 : « À la seringue d'or. Rapport direct entre l'Irrigateur et le Consommateur. La maison RINCEBOYAU, connue depuis de longues années pour l'élégance de la forme et la belle qualité de ses marchandises, possède en ce moment un grand assortiment de Clysopompes à aiguilles, Irrigateurs à musique et un beau choix de Seringues à compartiments réservés pour les dames. »

29. Hippolyte Taine, *Notes sur Paris, vie et opinions de Frédéric-Thomas Graindorge*, Paris, Hachette et C<sup>e</sup>, 1867, p. 353.

30. François Caradec, préface à Maurice Mac-Nab, *Poèmes mobiles : œuvres complètes*, Mont-de-Marsan, L'Atelier des Brisants, 2002, p. 9.

*couche, on le ramène au salon pour la nuit.  
Le prix du modèle unique est de 100 francs.*

Au printemps, lorsque la pervenche  
Fleurit bleu, sous les arbres verts,  
Et que la jeune rose penche  
Ses boutons à peine entr'ouverts,

Ô poêle, tu n'es plus le charme de nos veilles :  
Il te chasse bien loin le souffle printanier,  
Et la morte saison te relègue au grenier,  
Où seul, et triste, tu sommeilles !...

*Le poêle mobile se distingue de tous les autres en ce que, muni de roues, il peut se déplacer  
comme un meuble. On le roule successivement au salon, à la salle à manger, dans la chambre  
à coucher. La prudence exigeant que l'on ne conserve pas de feu dans la chambre où l'on  
couche, on le ramène au salon pour la nuit.  
Le prix du modèle unique est de 100 francs.*

Mais, maintenant, plus de verdure,  
Plus de soleil, et plus de fleurs !  
Voici que revient la froidure,  
La froidure aux pâles couleurs.

Chauffez-vous, frêles Parisiennes,  
Puisque le gazon n'est plus vert,  
Tandis qu'à travers vos persiennes  
Siffle le triste vent d'hiver !

Du feu, pour que vos lèvres roses  
Trouvent des baisers plus ardents !  
Du feu, pour qu'en vos chambres closes  
L'amour demeure plus longtemps.

*Le poêle mobile se distingue de tous les autres en ce que, muni de roues, il peut se déplacer  
comme un meuble. On le roule successivement au salon, à la salle à manger, dans la chambre  
à coucher. La prudence exigeant que l'on ne conserve pas de feu dans la chambre où l'on  
couche, on le ramène au salon pour la nuit.  
Le prix du modèle unique est de 100 francs<sup>31</sup>.*

La première séance où le poème fut dit a donné lieu à un certain nombre de comptes rendus. En effet, la performance de Mac-Nab a retenu l'attention tout autant que la composition de ses poèmes cocasses. Pour Léon de Bercy, Mac-Nab est le « créateur du genre "en bois" (tout en lui était en bois : l'allure, le geste, la voix<sup>32</sup>) ». Sa diction particulière contribue au comique de ses textes, qui ont pour première vocation à être dits en public. Georges d'Esparbès, qui avait assisté à la séance, en propose quelques années plus tard un compte rendu :

---

31. Maurice Mac-Nab, « Les poêles mobiles », *op. cit.*, p. 5-7.

32. Léon de Bercy, *Montmartre et ses chansons*, *op. cit.*, p. 7.



La première fois que nous l’entendîmes, en séance solennelle des Hydropathes (un mot que les journaux viennent de mettre à la mode, cette semaine), il commença par nous réciter une pièce très littéraire très pure, très classique. Dès les premiers vers, nous avons reconnu le talent. C’était une strophe sur le soleil, les oiseaux, les lèvres roses, le printemps. Ces banalités étaient joliment dites ; et nous attendions la deuxième strophe, quand, soudain, appuyant l’index sur son pince-nez, le poète grandit sa voix d’un octave et s’écria, aigre, tandis qu’il pointait au ciel un ongle aigu : « Le poêle mobile... [...] » Nous avons baissé la tête pour laisser tomber cette tuile énorme ; mais déjà le poète avait repris sa voix naturelle<sup>33</sup>.

Il nous manque ici la force de l’interprétation pour saisir les jeux ironiques de rupture, déjà sensibles sur le papier par le passage en italique, et soulignés à l’oral par l’interprète. Le changement de ton de la voix, soudainement stridente, ainsi que le geste solennel de Mac-Nab, contribuent au jeu comique et parodique : le paragraphe en prose semble en effet reproduire une publicité. Cette « pause publicitaire » vient comme interrompre le poème et opposer son prosaïsme au lyrisme naïf des quatrains, nous surprenant comme peut le faire le boniment d’un camelot au détour d’une rue. Le cycle des saisons dont il est question dans le texte trouve son écho dans le retour cyclique de la formule publicitaire, à l’instar du poêle qui peut vous suivre dans toutes les pièces de l’appartement à chauffer.



Figure 1 : Jules Chéret, *Société de Choubersky Poêle mobile*, 1881, ©photo Les Arts Décoratifs, Paris.

Les spécialistes de la littérature fumiste, et notamment Daniel Grojnowski<sup>34</sup>, ont déjà lié ce poème au poêle mobile Choubersky, qui connut à cette époque un grand succès. Les éléments en prose s’apparentent d’ailleurs à des informations que l’on pourrait trouver sur un prospectus présentant le poêle. S’il s’agissait jusqu’ici d’une supposition, une affiche de Jules Chéret vient confirmer, au moins partiellement, cette intuition. Certaines phrases semblent ainsi directement issues du texte présent sur l’affiche peinte par Jules Chéret pour les poêles Choubersky. Le comique s’appuie donc également sur un effet sans doute de reconnaissance de ces éléments publicitaires et de l’affiche à laquelle ils font référence. Le « collage énumératif et paratactique » qu’évoque Philippe Hamon à propos de certains textes poétiques et qui « semble directement emprunter au mode même de présentation technique de l’affiche<sup>35</sup> » trouve ici une nouvelle épaisseur, puisque c’est le texte de l’affiche lui-même qui est collé dans le poème.

33. Georges D’Esparbès, « Notes de la semaine – Les mystificateurs » dans *Les Annales politiques et littéraires* du 15 novembre 1903, p. 306.

34. Voir par exemple Daniel Grojnowski et Denys Riout, *Les Arts incohérents et le rire dans les arts plastiques*, Paris, Éditions Corti, 2015.

35. Philippe Hamon, *Imageries. Littérature et images au XIX<sup>e</sup> siècle*, Paris, José Corti, coll. « Les Essais », 2001, p. 158.

Par ailleurs, l'effet de contraste dans la tonalité entre lyrisme et prosaïsme apparaît plus clairement encore dans la performance orale telle que la concevait Mac-Nab. Le médaillon qui précède le poème, et qui est dessiné par Mac-Nab lui-même, représente un de ces poètes mobiles et un chansonnier aux allures de bonimenteur. Michel Herbert parle ainsi du « boniment de camelot<sup>36</sup> » qui revient sans cesse dans ce poème. Ici, le ton de la voix peut apparaître comme la forme parodique de la voix souvent enrôlée du bonimenteur. Bertrand Millanvoye, qui fréquentait aussi le Chat Noir, rappelle à ce sujet que « Mac-Nab possédait la voix la plus rauque et la plus fausse qu'il soit possible d'imaginer ; on croyait entendre un phoque enrhumé<sup>37</sup> ». Cette voix particulière évoque les descriptions des voix de bonimenteurs – présentées souvent comme éraillées – avec quelque chose qui déraperait, qui tomberait malgré tout à côté.

En outre, Daniel Grojnowski rapproche ce poème de l'art même des fumistes : il est ici question de poète, l'équivalent donc de la cheminée, dont s'occupent les entreprises de fumisterie. Ce poète fumant constitue ainsi un clin d'œil des plus drôlatiques aux fumisteries constantes à l'œuvre au Chat Noir, mettant en scène un désenchantement qui s'appuie sur la fantaisie pour détourner les codes poétiques tout en raillant l'esprit bourgeois et matérialiste de l'époque<sup>38</sup>.

Le deuxième poème du recueil, « Plus de cors ! », qui suit donc directement les « Poètes mobiles », prend lui aussi pour thème un produit phare de l'époque, la pommade coricide du célèbre pédicure Galopeau. Le procédé est en revanche différent : Mac-Nab nous entraîne dans une petite saynète, où son épouse, une certaine Zoé, se tord de douleur à cause d'un cor au pied. Les octosyllabes et les rimes embrassées donnent un air sautillant et allègre à ce poème – lui-même peut-être soigné de ses cors aux pieds. Ici, le poème joue sur l'impression de proposer une publicité dissimulée, comme cela pouvait être le cas par exemple lors des revues de fin d'année<sup>39</sup> au même moment.

Ô désespoir, ô désespoir !  
Zoé (c'est ma femme), étendue  
Sur un sofa, jambe tendue,  
Tristement gémissait un soir !

N'était-ce pas une migraine  
Ou quelque névrose inhumaine ?  
Hélas ! c'était bien pis encor,  
Pis que la mort, je vous assure :

La pauvre enfant souffrait d'un cor,  
Ayant mis étroite chaussure.

---

36. Michel Herbert, *La Chanson à Montmartre*, Paris, La Table Ronde, 1967, p. 109.

37. Cité par François Caradec dans sa préface. Voir Maurice Mac-Nab, *op. cit.*, p. 13.

38. Voir Daniel Grojnowski et Denys Riout, *op. cit.*, p. 46-50.

39. Voir Manuel Charpy, « La ronde des produits : revue de fin d'année, produits industriels et publicité à Paris au XIX<sup>e</sup> siècle », dans *En revenant à la revue*, s. dir. Olivier Bara, Romain Piana, Jean-Claude Yon, *Revue d'Histoire du Théâtre*, avril-juin 2015-II, n°266.

Ce n'était pas un cor banal,  
De ces cors qui ne font la guerre  
Qu'aux extrémités du vulgaire  
C'était un cor phé-no-mé-nal !

Or, chacun sait où les victimes  
D'un cor intempestif et dur  
Trouvent un remède très sûr  
Pour quatre-vingt-quinze centimes.

Comme un fou, je prends mon chapeau,  
Mon lorgnon, ma canne et ma bourse,  
Et je m'en vais, au pas de course,  
Chez le célèbre Galopeau.

« Monsieur, me dit ce pédicure  
(Lequel habite un entresol  
Au boulevard Sébastopol),  
Avant de tenter cette cure,

Je crois qu'il est superflu d'ex- .  
(La formule est dans le Codex)  
Pliquer avec quoi je compose  
Mon onguent odorant et rose.

Grâce à son efficacité,  
Il est dans l'univers cité ! »

Après avoir dit cette phrase,  
Très simplement et sans emphase,  
Il me remit un petit pot  
Plein de pommade Galopeau.

Or, la malade avec adresse  
Oignit de l'onguent sans pareil  
L'extrémité de son orteil.

Voilà soudain qu'elle se dresse,  
Elle marche, court, galope... oh !...  
Cette pommade Galopeau !...

.....

Voilà bientôt une semaine  
(O merveilleuse guérison !)  
Que mon épouse se promène  
Sans revenir à la maison.

Moi qui sais que la terre est ronde,  
J'attends en paix la vagabonde,  
En contemplant le petit pot  
Plein de pommade Galopeau<sup>40</sup> !

Plusieurs formules rappellent les publicités, dont les « slogans » s'appuient sur le bon sens populaire : « Or, chacun sait où les victimes / d'un cor intempestif et dur / trouvent un remède très sûr / pour quatre-vingt-quinze centimes ». Le rappel du prix, forcément très modique, tient de l'argument publicitaire. De même, la parenthèse « (lequel habite un entresol / Au boulevard Sébastopol) » mime un aparté de la part du poète, qui donne ici un bon conseil, une précision. La parenthèse est encore utilisée dans le quatrain suivant, en rimes suivies, pour donner une nouvelle fois une information complémentaire, qui force à faire un enjambement des plus comiques puisque celle-ci coupe le mot « expliquer ». Enfin, l'évocation de la pommade Galopeau par une formule qui frappe grâce au jeu d'allitération et d'assonance : « un petit pot / plein de pommade Galopeau » revient à la toute fin du poème, comme une ritournelle ou un slogan publicitaire. Ces formules frappantes, l'humour domestique autour de la vie de couple, les jeux de mots sont autant de techniques oratoires qu'on retrouve chez les camelots d'hier et d'aujourd'hui<sup>41</sup>.

\*\*\*

La poésie de Mac-Nab s'intègre donc dans un cadre artistique qui, tout en maîtrisant et en utilisant les « grands médias » de la publicité naissante, notamment la presse et l'affiche, et en s'inspirant de ces mêmes médias, continue de faire des clins d'œil et même de s'ancrer dans une tradition de la réclame orale, de la harangue, en un mot du boniment. Les « poèmes-boniments » de Maurice Mac-Nab laissent ainsi une grande place à une tradition orale. La place de la parole y est frappante : dans « Les Poêles Mobiles », c'est la parole publicitaire, qui interrompt toujours la parole poétique ; dans « Plus de cors ! », il s'agit en fait de la parole d'un client satisfait qui témoigne – exactement comme un spot publicitaire pourrait le faire aujourd'hui, avec un art de la pointe humoristique – et qui rapporte en plein cœur du poème la parole du commerçant. D'une manière assez étonnante, ce détournement de la publicité, de ces saynètes, pourrait alors très bien devenir en soi une publicité. Coquelin Cadet le fait d'ailleurs remarquer dans sa préface :

Les Poêles Mobiles (que l'ingénieur Choubersky devrait faire imprimer en lettres d'or sur tous ses produits) suffiraient au succès du livre. C'est une trouvaille d'un comique nouveau. Ces poêles seront avant peu dans toutes les mémoires (tout en restant ceux de la maison Choubersky<sup>42</sup>).

---

40. Maurice Mac-Nab, « Plus de cors ! » in *Les Poèmes mobiles*, op. cit., p. 11-13.

41. Voir Renan Le Velly, « Les démonstrateurs de foire, des professionnels de l'interaction symbolique », *Ethnologie française*, 2007/1 Vol. 37, p. 143-151.

42. Coquelin Cadet, préface à Maurice Mac-Nab, *Les Poèmes mobiles*, op. cit., p. XI.

---

Cet article est mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons CC-BY-NC-ND-4.0 : Attribution-NonCommercial-NoDerivs 4.0 International.

Images : tous droits réservés sur les images soumises au droit d'auteur et conformément aux conditions de réutilisation des oeuvres numérisées par les institutions et les marques citées.

### **Pour citer cet article**

Agnès Curel, « Poèmes-boniments dans les cabarets montmartrois : l'exemple de Maurice Mac-Nab au Chat Noir. », *Les Poètes et la publicité*. Actes des journées d'études des 15 et 16 janvier 2016, Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3, ANR LITTÉPUB [en ligne], s. dir. Marie-Paule Berranger et Laurence Guellec, 2017, p. 7-18. Mis en ligne le 20 février 2017, URL : <http://littepub.net/publication/je-poetes-publicite/a-curel.pdf>