

GRÉGORY VIEAU

UNE HISTOIRE DE LA
PRESSE
ROCK
EN FRANCE

LE MOT ET LE RESTE

GRÉGORY VIEAU

UNE HISTOIRE
DE LA PRESSE ROCK
EN FRANCE

LE MOT ET LE RESTE
2021

INTRODUCTION

S'IL FALLAIT RACONTER CETTE HISTOIRE

« Je n'ai jamais pensé devenir musicien.
Il était clair dans ma tête que j'étais fait
pour observer ce monde, le rêver,
pas y entrer. »

Michka Assayas

C'était il y a soixante ans. Le rock'n'roll balbutiait encore en français tandis qu'à des kilomètres de là, de l'autre côté de l'Atlantique, il comptait déjà des millions de fidèles. Cette musique avait ses prophètes, ses rites, ses détracteurs mais aussi ses martyrs : Buddy Holly, Ritchie Valens et The Big Bopper, tués le même jour dans un accident d'avion. Au pays du général de Gaulle, on ignorait pratiquement tout de la nouvelle religion. Quelques-uns, tapis dans leur chambre près des frontières, écoutaient fébrilement les programmes des radios de l'étranger. D'autres allaient dénicher des disques importés. Ce monde demeurait insaisissable, ce qui le rendait encore plus fascinant. Les premiers magazines sur le rock'n'roll en français ont posé des noms et des images sur cette

musique. Et aussi des histoires pour édifier son mythe. Lancés dans un phénomène globalisé, ils furent les premiers à offrir une lecture à la fois critique et poétique de cette musique. En soixante ans, près d'une centaine de magazines liés au rock et ses sous-cultures ont fleuri chez les marchands de journaux français. Ils se sont diversifiés, ont navigué entre pratiques amateurs et exigences industrielles, se sont réinventés à chaque génération. Certains de ses porte-voix sont même devenus parfois aussi connus et admirés que les artistes dont ils pouvaient parler, la critique rock s'imposant comme art à part entière. C'est d'ailleurs presque en simultané avec leurs confrères anglo-saxons que les critiques français ont vu naître ce style bâtard, mélange confus et inédit des musiques noires et blanches, qu'ils ont accueilli avec beaucoup de scepticisme. C'était dans les pages d'un magazine de jazz dont l'évolution témoigne à elle seule des plus profonds soubresauts culturels du xx^e siècle.

AU COMMENCEMENT ÉTAIT JAZZ HOT

Retenez que les genres en musique ne sont pas des objets statiques, qui obéissent à une définition stricte et dont les actes de naissance peuvent être notés avec précision dans le calendrier. Le rock'n'roll n'échappe pas à la règle. Son émergence est l'aboutissement d'un long métissage entre la country, le blues et le jazz par l'intermédiaire du swing, du be-bop ou encore du boogie-woogie. Or parmi ces musiques pour l'essentiel afro-américaines, le jazz reçoit un écho attentif en France dès l'entre-deux-guerres. Il est d'abord joué par des fanfares américaines dans le prolongement de l'armistice puis est progressivement intégré aux revues des music-halls. Le public des années folles découvre alors avec enthousiasme les orchestres de ragtime, incarnation de la modernité américaine. Ses rythmes brûlants forment une invitation nouvelle et plus exotique à la danse. Le jazz devient un vrai phénomène de mode et ses artistes se produisent au Casino de Paris, à l'Alhambra ou aux

Folies Bergères. Toutefois, le jazz tel qu’infusé par les orchestres afro-américains se voit bientôt travesti par les jazz-bands français formés au sein du music-hall. Cette hybridation accouche d’un jazz dit « de variété », porté vers la symphonie et le respect des partitions. Ce qui n’est pas du tout du goût de ses jeunes puristes qui lui préfèrent déjà sa version d’origine, celle de la Nouvelle-Orléans incarnée par Louis Armstrong.

À Paris, un club de passionnés se forme pour défendre les couleurs du jazz hot, celui de l’improvisation, du rythme et du swing. Le Français Jacques Auxenfans et l’Américain Elwyn Dirats créent fin 1931 le Jazz Club Universitaire rapidement rebaptisé Hot Club de France quelques mois plus tard. C’est le premier club de jazz – au sens associatif du terme – au monde. Le duo d’une vingtaine d’années fédère d’autres camarades de sa génération portés par la même vision essentialiste du jazz. L’objectif : rassembler les amateurs du genre pour participer à sa promotion et son appréciation en France. Une gageure, comme le montrent les réactions du public au premier concert de Duke Ellington à Paris en juillet 1933. C’est le journal *L’Humanité*, vraisemblablement acquis à la cause, qui note la présence dans cet événement « “d’esprits forts” venus méprisants et pour qui, jamais le jazz, et surtout celui-là ne sera “de la musique”¹ ». Ces conditions particulières, celle d’un clivage générationnel, ne font qu’accroître le dévouement du Hot Club de France et l’émergence d’une première contre-culture.

En mars 1935, sous l’impulsion de Charles Delaunay et Hugues Panassié, respectivement vingt-quatre et vingt-trois ans, le Hot Club de France publie le numéro un de *Jazz Hot*. Ce n’est pas le premier titre du genre en France – *Jazz-Tango* lui ravit ce privilège – mais il se distingue par son bilinguisme franco-anglais. Une spécificité qui émane des amitiés du Hot Club de France à l’international. Dès les premiers numéros, les opinions et les découvertes de l’Américain John Hammond et du Britannique Stanley Dance tous

1. Émile Cerquant, « Duke Ellington à Paris », *L’Humanité*, 4 août 1933.

deux journalistes et producteurs de jazz – sont à lire dans *Jazz Hot*. Le mensuel rivalise « avec les journaux de langue anglaise ou européenne consacrés à la musique populaire et au jazz¹ », comme le rapporte Anne-Marie Legrand, docteur en histoire de la musique et musicologie. En Angleterre, sa crédibilité empiète sur celle du *Melody Maker* pourtant fondé presque dix ans plus tôt, en 1926.

Jazz Hot doit cependant interrompre sa publication pendant l'occupation. À sa reprise en 1945, les musiques afro-américaines connaissent un fourmillement sans précédent. La revue en tient naturellement compte à ses lecteurs grâce à ses correspondants à l'étranger, toujours au rendez-vous. Il faut reconnaître que le rhythm'n'blues, le be-bop ou encore le cool apportent de nouvelles nuances aux blues et au jazz. Mais au sein de la petite rédaction de *Jazz Hot* – installée au 14 rue Chaptal, à deux pas de Pigalle – des voix s'opposent. On s'interroge sur le sérieux à porter à ces nouveaux courants. Hugues Panassié ne se prive pas d'étaler son mépris pour les chantres du be-bop comme Charlie Parker, Dizzy Gillespie ou Thelonious Monk. Dans *La Revue du jazz*, il déclare : « Le be-bop s'écarte de la tradition du jazz, c'est-à-dire la tradition musicale noire, néglige le swing et comme le disent Lips Page, Lester Young et tous les autres, est sans cœur et sans âme². »

À l'opposé, Charles Delaunay et aussi le jeune Boris Vian – de huit ans le cadet de Panassié – défendent les subtiles couleurs de ces musiques. L'auteur de *Vercoquin et le Plancton* s'occupe dès 1947 de la revue de presse de *Jazz Hot*, condensé de l'actualité musicale d'Amérique et d'ailleurs. Il est témoin des bouleversements musicaux qui conduisent à l'émergence du rock'n'roll à l'aube des années cinquante, même s'il faut attendre le mois de novembre 1956 pour qu'il fasse l'objet d'un véritable article, sobrement intitulé « R&R ».

1. Anne-Marie Legrand, « Le Hot Club de France des années 1930, un modèle de diffusion et de promotion du jazz », *Les Cahiers de la Société québécoise de recherche en musique*, volume xvi, Numéro 1-2, Printemps – Automne 2015.

2. Hugues Panassié, « Le jazz et le be-bop », *La Revue du jazz*, n° 7, août-septembre 1949.

Cette abréviation, « R&R », ne sert d'abord qu'à distinguer les musiciens blancs adeptes du R&B, le rhythm'n'blues de leurs homologues noirs. Une invention sémantique comme une preuve accablante des règles de ségrégation raciale qui régissent la vie aux États-Unis. En observateur attentif, Boris Vian les connaît bien, tout comme les conflits esthétiques qui opposent conservateurs et progressistes. Lui penche naturellement dans la seconde catégorie. Pourtant, difficile de prendre le rock'n'roll au sérieux. La raideur, l'omniprésence de la guitare électrique, le rythme binaire : tous ces éléments dégagent une simplicité technique, difficilement comparable à la virtuosité des jazzmen. D'ailleurs, on ne s'y trompe pas. Quand les jazzmen s'emparent du rock'n'roll, c'est pour le moquer ou pour gagner un peu d'argent à moindres frais. Le titre « Rock And Roll Mops » chanté par Henri Cording – *alias* d'Henri Salvador – figure comme un cas d'école. Écrit par Boris Vian avec la complicité de Michel Legrand – autre féru de jazz –, il restitue l'esprit de Little Richard ou de Fats Domino avec des paroles peu équivoques quant à leur intention parodique :

Allô Dupont,
Montez-moi donc
De quoi manger,
Sinon je vais crever
Et qu'est-ce qu'il faut vous apporter ?
Apportez-moi sans hésiter :
Rock and roll-mops
Avec du pain beurré,
Rock and roll-mops
Et du bifteck haché,
Rock and roll-mops
Avec un oeuf à cheval,
Rock and roll-mops
Je me sens cannibale.

Dans une interview aux *Inrockuptibles*, Salvador revenait sur la genèse du titre : « On ne se prenait pas du tout au sérieux, il y avait

beaucoup de dérision et de moquerie dans notre attitude vis-à-vis du rock. C'était du mauvais jazz, du blues médiocre¹. » Tout semblait dit.

Mais en 1955 le rock'n'roll ne fait pas rire tout le monde. Aux États-Unis, le film *Blackboard Jungle* rencontre le succès au box-office et convertit en masse la jeunesse blanche au son des guitares électriques. Dès le générique d'ouverture, « Rock Around The Clock » joué par Bill Haley et ses Comets résonne dans les salles comme un claquement de fouet. Le titre, pourtant sorti un an plus tôt dans une relative indifférence, devient le premier *rock single* à se hisser au sommet des ventes aux États-Unis. Il y reste huit semaines. Du côté des adultes, on s'inquiète. Oui, « Rock Around The Clock » est un morceau en apparence inoffensif, une bête invitation à danser le rock. Mais cette invitation porte déjà le sceau du diable pour cette Amérique puritaine des années cinquante. Le rock – avec son déhanché, ses mouvements du bassin, son expression du corps empreinte d'érotisme – fait étonnement écho aux danses et aux musiques noires réprouvées. Et il ne faut pas que les jeunes têtes blondes du pays succombent à ces postures sauvages et lubriques. Sauf que la sortie de *Blackboard Jungle* au Royaume-Uni confirme toutes les craintes. « Des adolescents bondissent de leur siège pour danser sur “Rock Around The Clock” et abîment dans certains cas les sièges et les salles de cinéma », décrit le journaliste James Cosby². D'autant que le film lui-même présente des adolescents en rébellion contre l'autorité, l'un d'eux tailladant au couteau la main d'un ses professeurs dans une scène choc. Le monde occidental bascule et assiste à la rupture de banc d'une génération post-seconde guerre mondiale, celle des baby-boomers.

1. Christophe Conte, « Henri Salvador, hors saison », *Les Inrockuptibles*, n° 261, 17 octobre 2000.

2. James A. Cosby, *Devil's Music, Holy Rollers and Hillbillies: How America Gave Birth to Rock and Roll*, McFarland & Company, 2016.

AINSI NAQUIT LA CULTURE TEENAGER

La France n'échappe pas au phénomène. Au cours des années cinquante, la part des moins de vingt ans dans la population dépasse les 30 %¹. Cette jeunesse savoure de surcroît la mixité à l'école, une entrée plus tardive dans la vie adulte et un surplus de temps libre grâce aux réformes institutionnelles. Mais cela ne suffit plus. Il lui faut aussi le droit de fréquenter les bistros, de draguer, de danser et de rouler en deux-roues jusqu'au bout de la nuit. Des libertés nouvelles dont ne disposaient pas ses aînés au même âge. « Ces revendications marquent le début de la culture adolescente plus communément appelée culture *teenager* », analyse le sociologue Jérôme Guibert. Le rock'n'roll devient sa bande-son par effet de miroir.

Dans la presse généraliste, le phénomène inquiète évidemment. « Rock'n'roll, la musique qui rend fou », titre *L'Express*, le 29 juin 1956. L'article revient sur les débordements associés au genre aux États-Unis :

Le « rock'n'roll » produit, de l'aveu même de ses détracteurs, un effet physique incontestable dont le caractère sexuel est évident. « S'il faisait ça dans la rue, a déclaré un policeman après avoir entendu et vu Elvis Presley, une des vedettes du genre, je le coffrerais immédiatement. »

Trois mois plus tard, le 21 septembre, le journal récidive en évoquant la sortie en salle de *Rock Around The Clock*, comédie musicale de Fred F. Sears qui met en scène Bill Haley :

Après l'Angleterre, l'Irlande, l'Indonésie, les Philippines et l'Australie, le film *Rock Around The Clock* va être présenté en France, version doublée, d'ici un mois. Cela fera à Paris un « fantastic business », prévoient les dirigeants de la Columbia. [...] Dans les salles où il est projeté, les jeunes spectateurs se

1. Dominique Borne, *Histoire de la société française depuis 1945*, Armand Collin, 1992.

lèvent, dansent, démolissent la salle et s'attaquent aux représentants de l'ordre. Le rock and roll, dans la mesure où il est possible d'en retrouver l'origine, est une danse acrobatique créée par des Blancs et non par des Noirs. Les spécialistes de jazz, bien que lui déniaient toute valeur artistique, lui reconnaissent une qualité de rythme exceptionnelle. « Ce n'est pas de la musique, précisent-ils, c'est une mode. »

Dans l'hebdomadaire *Carrefour* du 17 octobre 1956, *Rock Around The Clock* soulève la même angoisse :

Cette maladie nouvelle qui s'est emparée de l'Amérique est en train de gagner la France si j'en crois les cris et les sifflets que déchaîne le film dans un cinéma des Champs-Élysées. Les propriétaires de salles devraient se méfier : on a vu en Californie des teen-agers saisis par la fièvre du « rock and roll » mettre à sac une salle de danse et se battre à coups de bouteilles de bière.

De son côté, *Le Monde* tente de rassurer les parents dans son édition du 8 juillet 1957 :

À la suite des bagarres déclenchées dans plusieurs salles de spectacles, de la campagne menée par la presse, des réactions indignées du public et surtout des sollicitations de parents inquiets, le docteur J. M. Brew s'est livré à une étude sur la signification de cette danse nouvelle et sur la psychologie de ses adeptes. [...] Le rock'n'roll n'est pas un « problème », déclare en substance le docteur Brew, et d'ailleurs il n'y a jamais eu un problème de l'adolescence qui ne soit imputable à des parents ou à des éducateurs égoïstes, négligents ou incompréhensifs.

Qu'importent les jugements de l'establishment, les industriels saisissent le potentiel commercial du rock'n'roll. La major américaine RCA profite de l'arrivée des premiers rockeurs pour imposer son vinyle 45-tours développé quelques années plus tôt. Les singles « That's All Right (Mama) », « Blue Suede Shoes » et bien sûr « Rock Around The Clock » sont autant de petits chevaux de Troie pour équiper les foyers en tourne-disques. Plus encore :

ce sont les juke-box et surtout la radio qui contribuent à diffuser le rock jusque dans les régions les plus reculées.

Lancée sous forme de test à l'été 1959, Salut les copains fait une entrée discrète sur les ondes d'Europe n° 1. Son duo vedette, Daniel Filipacchi et Frank Ténor, est jusqu'ici mieux connu des amateurs de jazz. Il dirige chaque soir Pour ceux qui aiment le jazz sur la même antenne et le mensuel *Jazz Magazine* racheté à Eddie Barclay. Mais à rebours des critiques de son milieu, Daniel Filipacchi se pique du rock'n'roll avec une curiosité sincère. Un intérêt en partie dû à ses voyages répétés vers les États-Unis pour couvrir l'actualité du jazz. Salut les copains, installé en quotidienne à partir du 19 octobre 1959, entend bien sûr surfer sur la vague pour séduire un nouveau public. Jeune de préférence. Car le créneau attribué à l'émission correspond à celui de la sortie des classes : du lundi au vendredi, de cinq à sept. Et le succès est immédiat. Les adolescents français se délectent avec candeur de ces nouveaux noms venus d'Amérique, autant symboles d'exotisme que ne l'étaient les héros du jazz hot trois décennies plus tôt.

Dans sa chambre d'adolescent à Nancy, Jean-Claude Berthon se retrouve comme d'autres, galvanisé par cette musique. Mais pour lui plus que pour n'importe qui, la découverte du rock'n'roll sonne comme une rupture avec l'idée même d'une carrière « convenable », comme on l'entendait alors. Comment considérer autrement le pari fou de créer le premier magazine de rock en France à seulement dix-neuf ans, dans un pays au conservatisme encore si écrasant ? Les esprits puritains avaient peut-être raison : cette musique-là pousse ses adeptes hors du droit chemin.

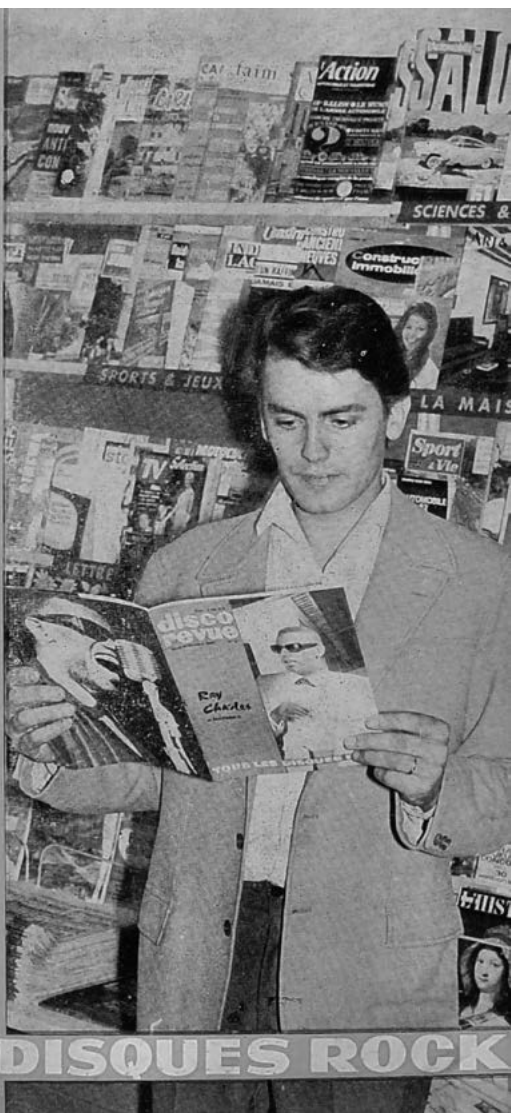
disco revue

Prix: 1,50 N.F.

Jeudi 26 Octobre 1961 - N° 3

**Danny
Boy**

« un gars sympa »



TOUS LES DISQUES ROCK

1961-1966 **FUIR LE NÉANT**

DISCO REVUE, « PUR ET DUR »

Qu'on ne s'y trompe pas. Salut les copains sur Europe n° 1 reste un écran de fumée dans la jeune Cinquième République. À la radio ou dans la presse – ne parlons pas de la télévision – une triste place est toujours accordée au rock'n'roll. Au mieux, le magazine de variété *Music-Hall* lui dédie chaque mois une colonne à la faveur d'artistes à la lisière du genre comme Paul Anka ou Ella Fitzgerald. Autrement, les chroniques dans la presse généraliste alternent entre sensationnalisme et mépris total. Une plaie pour les passionnés comme Berthon : il est si difficile de dénicher des informations fiables et étayées sur Elvis Presley, Cliff Richard, Eddie Cochran et tous les autres. Surtout que le garçon timide au regard vif et franc vit loin de l'agitation parisienne, à Nancy, chez ses parents. Alors il se fraye d'abord une place de journaliste dans un magazine corporatif de cinéma, *L'Écran lorrain*, puis fabrique à partir de rien son magazine rêvé, *Discovariété*, abandonné après trois numéros.

1960, l'année de ses dix-huit ans, le déclic se produit pour de bon. Berthon visite Londres avec sa famille pendant l'été. La voilà loin

la préfecture de Meurthe-et-Moselle. Au-delà des traditions séculaires qui font le charme de la Grande-Bretagne, le jeune homme feuillette enfin une presse à grand tirage dévolue au rock. Dans les pages du *Record Mirror*, du *NME* ou du *Melody Maker*, sa passion n'est plus l'objet de railleries. Mieux, les articles et les photos le plongent avec délice dans l'intimité de ces artistes qu'il chéri. Il faut s'y résoudre: ce n'est pas la mer mais un océan culturel qui sépare la France du Royaume-Uni. Le pays de Sa Majesté entretient de toute façon une réelle proximité culturelle, économique et linguistique avec les États-Unis. Avant même la Grande Guerre, les deux nations partageaient déjà des traditions musicales, comme la folk marquée par l'usage de la guitare. En France, il faut attendre le début des années soixante pour que « cet objet hideusement moderne¹ » ne soit réellement commercialisé, avec les modèles Ohio, Texas de l'entreprise Jacobacci.

À son retour d'Angleterre, Jean-Claude Berthon en est pourtant convaincu: il existe une brèche pour imposer un magazine de rock en France. D'autant que le genre commence aussi à faire des émules ici. Certaines adaptations françaises de titres anglophones connaissent un succès grandissant, comme le « Nouvelle Vague » de Richard Anthony, traduction du « Three Cool Cats » des Coasters. Il y a aussi la voix bravache d'un jeune type de dix-sept ans qui fait sensation dans *Salut les copains*. Il s'appelle Johnny Hallyday et son premier morceau, c'est « T'aimer follement », une adaptation de « Makin' Love » de l'Américain Floyd Robinson. Son passage à la télévision le 18 avril 1960 dans *L'École des vedettes* sur la RTF a bâti sa réputation. Blouson noir, coiffure « banane » et guitare en bandoulière, Johnny a joué « Laisse les filles » avant de se plier aux questions complaisantes de la présentatrice Aimée Mortimer et de Line Renaud, sa marraine dans l'émission. La chanteuse a vainement tenté d'expliquer l'origine de son nom de scène: « Il s'appelle Hallyday parce que son père s'appelle Hallyday. C'est tout simple, il fallait y penser. Le père est

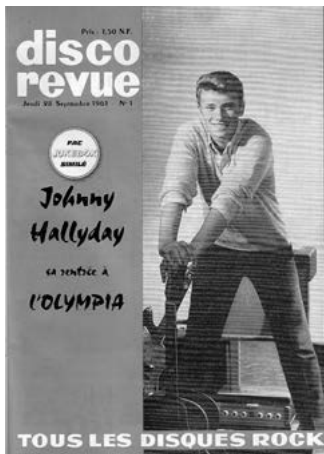
1. Michèle Manceaux, « Festival de rock du 24 février 1961 », *L'Express*, 2 mars 1961.

américain et la mère française. » Face au quiproquo, et sur les conseils de Charles Aznavour, Jean-Philippe Smet révélera sa véritable identité trois mois plus tard, tout en continuant d’user par la suite de son alias américain.

Peu importent les malentendus, le vent tourne et Jean-Claude Berthon le sait. Problème: le Nancéen ne vient pas d’un milieu fortuné et doit donc redoubler d’inventivité pour réunir les fonds nécessaires au lancement du magazine dont il rêve. Petits boulots, contributions de proches... Tout y passe. Il sollicite également sa sœur Valérie et le mari de celle-ci, Bob Lampard, pour le rejoindre dans ce projet fou. Une bonne idée puisque le beau-frère a la double qualité d’être photographe et anglais, ce qui facilitera plus tard les échanges avec le contingent d’artistes britanniques et américains. Un numéro « zéro » de *Disco Revue* paraît au mois d’octobre à Nancy sans être distribué. Il s’agit d’abord de convaincre les annonceurs locaux d’acheter des encarts de publicité pour accroître un peu plus la trésorerie. Le portrait en noir et blanc de Johnny occupe la « couvrante » de cette opération séduction – la future idole des jeunes est désormais l’auteur de trois 45-tours et sa réputation ne cesse d’enfler. En revanche, il faut alimenter en articles et interviews ce magazine de rock’n’roll. Mais comment faire lorsqu’on n’a aucun contact dans le milieu ? Réponse: remonter à la source, au lieu de toutes les rencontres. En France, seul un endroit répond à cette spécificité: le Golf Drouot dans le IX^e arrondissement à Paris.

L’établissement se trouve près des Grands Boulevards où les cafés-théâtres drainent un public hétéroclite. Son histoire est intimement liée à celle d’Henri Leproux, un serveur d’une vingtaine d’années qui travaille au chic Café d’Angleterre. En 1955, il remarque un mini-golf d’intérieur en déshérence, situé à l’étage supérieur du restaurant. La propriétaire lui concède ne pas savoir qu’en faire. Lui, propose d’installer un juke-box et de passer quelques disques de rock’n’roll et de rhythm’n’blues dénichés au bazar de la base

américaine. Marché conclu. En quelques mois, le bouche-à-oreille fait son effet. Le Golf Drouot devient le premier lieu public où danser le rock et le twist à Paris et on s’y presse de plus en plus nombreux. On y aperçoit Jean-Philippe, pas tout à fait Johnny, qui habite à quelques pas de là, rue de la Tour-des-Dames. Il y a aussi Claude Lucien Moine, futur Eddy Mitchell, qui travaille comme coursier dans l’agence du Crédit lyonnais à proximité. Les groupes se forment et les amitiés se nouent dans ce joyeux brouhaha. Jean-Claude Berthon, en visite, s’affirme dans son élément. Il ne lui faudra pas longtemps avant de poser définitivement ses valises à Paris.



Le 28 septembre 1961, le premier numéro de *Disco Revue* sort enfin. Johnny Hallyday occupe de nouveau la couverture, réalisée en bichromie. Le chanteur est en passe de devenir « l’idole des jeunes ». Une semaine plus tôt, il faisait vibrer la salle de l’Olympia pour l’un de ses premiers grands concerts parisiens. Un événement dans le temple gardé du music-hall. La soirée a fait les choux gras de la presse comme au *Figaro* où un Philippe Bouvard ulcéré a tenté de la résumer :

Je ne comprends encore pas ce qui s’est passé : les débuts de M. Johnny Hallyday sur la scène de l’Olympia n’ont absolument pas donné lieu aux mondanités d’usage. [...] Tantôt menaçant la salle du

doigt, tantôt se tenant le ventre, tortillant du bassin et roulant des hanches, il se servait du micro comme d’une lance d’arrosage¹.

Berthon était là, lui aussi. Et sans surprise, c’est une autre émotion qu’il restitue avec ferveur dans les premières pages en noir et blanc de *Disco Revue*. Celle d’un sentiment de victoire des outsiders sur une institution figée :

1. Philippe Bouvard, « Hallyday, l’explosif », *Le Figaro*, 23 septembre 1961.

La salle fut frappée au cœur, d'un coup mortel. La voix du chanteur changea soudain. L'instant devint pathétique ! Il modelait en nuances la création du premier homme (thème de la chanson). Madame sécha une larme qu'elle n'avait même pas sentie glisser sur son maquillage tant ce jeune ressentait ce qu'il était en train d'interpréter. Elle était absorbée, oubliait son âge et semblait « vivre¹ ».

Un tournant semble se dessiner et *Disco Revue* entend bien l'accompagner tête baissée. Le style n'est pas celui des salons mais vibre par la passion. Chose inédite, du haut de ses dix-neuf ans, Berthon s'adresse à des lecteurs du même âge que lui dans un même élan générationnel.

De la colle et des ciseaux

À rebours de ces rêves de grandeur, la production de *Disco Revue* relève plus de l'artisanat que du savoir-faire industriel. N'oublions pas que Berthon est un autodidacte. Une vieille machine à écrire, un appareil photo acheté à crédit et un vieux tourne-disque Teppaz : voilà pour l'essentiel. Et quand vient le moment de composer la maquette du magazine, la colle et les ciseaux ne sont jamais bien loin. Textes et images se suivent avec une régularité appliquée au fil des pages. Trop sage ? Le magazine innove aussi avec la publication d'un hit-parade dès le premier numéro pour « traduire exactement les tendances de la vente des disques ». Du jamais-vu dans nos frontières. L'entreprise passe par la coopération de 150 disquaires-partenaires et de correspondants répartis dans tout le pays pour livrer tous les deux mois les chiffres de vente des disques. En septembre 1961, Charles Aznavour arrive en tête avec « Il faut savoir » suivi par « Daniela » des Chaussettes Noires et « Dans le cœur de ma blonde » du chanteur Marcel Amont. Ce premier hit-parade est bientôt complété par un référendum sur les préférences des lecteurs. Car le 45-tours est encore un objet peu répandu – en 1961, seuls 27 % des 16-24 ans sont équipés

1. Jean-Claude Berthon, « Une boum chez John », *Disco Revue*, n° 1, septembre 1961.



d'un tourne-disque¹ – et la radio ou les juke-box contribuent davantage à façonner les célébrités.

Cependant la passion et l'ingéniosité à l'œuvre n'empêchent pas *Disco Revue* d'être publié à un rythme erratique. Si les numéros deux, trois et quatre proposant successivement Ray Charles, Danny Boy et les Pirates en couverture paraissent tous les quinze jours, la fréquence diminue rapidement. La faute, en partie, aux coûts induits par la distribution du magazine. Comme n'importe quelle revue ou journal en kiosques, *Disco Revue* est diffusé par les NMPP, les Nouvelles messageries de la presse parisienne.

La société fondée deux ans après la Libération est détenue à 51 % par les coopératives d'éditeurs de presse et à 49 % par l'entreprise Hachette. Dans ses prérogatives fixées par l'État, elle doit assurer égalité et impartialité dans le traitement des titres de presse, mais aussi répartir les coûts d'impression et de diffusion dans un souci d'équité. Seulement, sa situation de quasi-monopole lui permet aussi de fixer des conditions particulièrement exigeantes vis-à-vis des journaux et des magazines, comme une marge de 50 % sur les prix de vente ou la facturation des invendus. Situation qui favorise les gros tirages avec une importante trésorerie, soit tout l'inverse de *Disco Revue*. Au plus fort de son existence autour de l'année 1964, le titre connaîtra une diffusion à 40000 exemplaires. Une réussite au regard des moyens mis en œuvre, une bagatelle comparée aux journaux concurrents qui ne tardent pas à naître.

Disco Revue est donc un magazine de niche. Peu importe. Cela ne l'empêche pas de passer à la couleur à son dixième numéro et de compter sur des lecteurs fidèles, qui prendront parfois la plume comme Jacques Barsamian, aujourd'hui considéré comme « le

1. Anne-Marie Sohn, *Âge tendre et tête de bois, Histoire des jeunes des années 1960*, Fayard, 2011.

deuxième plus ancien journaliste rock » en France – le premier étant naturellement Berthon. « Ma mère travaillait au service de presse de l’ambassade de France à Londres. Comme elle était occupée toute la journée, elle m’envoyait passer du temps dans une famille anglaise. C’est pendant l’été 1957 – j’avais quatorze ans – que j’ai découvert le rock avec d’autres enfants de mon âge. Ils écoutaient Fats Domino, Bill Haley mais aussi Tommy Steele, l’un des premiers rockers anglais... Ça m’a tout de suite plu. » De retour à Paris en septembre, Barsamian reçoit les numéros du *NME*, du *Record Mirror*, de *Disc and Music Echo* et du *Melody Maker* que sa mère lui adresse chaque semaine. Il en découpe et collectionne religieusement les articles avant d’apprendre quelques années plus tard l’existence de *Disco Revue*. « Dans le courrier des lecteurs, quelqu’un réclamait un article sur Eddie Cochran. Moi, je connaissais plein de choses sur lui et sur les pionniers du rock américain. Je l’avais même vu en concert à Londres en février 1960, juste avant qu’il ne meure dans un accident de voiture. J’ai donc envoyé toute une série de notes à Jean-Claude Berthon. Ce n’était même pas un article ! Juste une série de notes. Mais il les a publiées telles quelles avec mon nom. C’était dans le numéro de mars 1962. »



De cette première publication fortuite alors qu’il n’a pas encore quitté le lycée, Jacques Barsamian devient un correspondant de choix pour *Disco Revue*. Les fans de rock en cette période ne sont de toute façon jamais très loin de leurs années de puberté. C’est aussi vrai en Belgique où depuis Mouscron, à la frontière française, Jean-Noël Coghe restitue avec ardeur les concerts de Gene Vincent et d’autres auxquels il assiste pour le magazine. Sans le savoir, les deux adolescents apprennent leur futur métier sur le tas. Le même

qui les portera dans d'autres titres de la presse musicale et traditionnelle, jusqu'à la radio sur France Inter, RTL ou Europe 1. Alors, Jean-Claude Berthon, lanceur de carrière? C'est en tout cas l'avis partagé par Jean-Louis Rancurel: « J'ai grandi à Pigalle. Avec mes amis, on passait tout le temps devant la Librairie de Paris sur la place de Clichy pour voir s'il n'y avait pas des revues qui pouvaient nous intéresser. C'est là que j'ai découvert *Disco Revue* en 1962. J'allais dans les concerts prendre des photos, on me laissait souvent entrer avec mon appareil. J'ai donc envoyé des images à Jean-Claude Berthon qui m'a encouragé à m'exercer. Mes premières photos publiées dans le magazine, ce sont celles du concert de Gene Vincent au Théâtre de l'Etoile. C'était dans le numéro dix-sept de juin 1963. J'avais dix-sept ans et c'était une vraie fierté. J'étais quelqu'un de timide et si Jean-Claude ne m'avait pas encouragé, je n'aurais probablement pas insisté. » Même retours du côté de Gérard Bernar, l'ancien maquettiste de la revue: « Je sortais du collège d'enseignement technique d'art graphique Corvisart à Paris et j'avais été embauché comme maquettiste dans une agence de publicité. Mais je ne m'entendais pas très bien avec mon patron. Un midi, en déjeunant dans une brasserie de la rue La Fayette, je fais la connaissance

de Berthon et de sa secrétaire. On se voit plusieurs fois, je lui parle de mon métier, il me dit que ça l'intéresse et il propose de m'embaucher. Je dis banco. » En 1965, à dix-huit ans, Gérard Bernar intègre les locaux de *Disco Revue* au 64 de la rue La Fayette, non loin du Golf Drouot. Très vite, son rôle ne se limite plus seulement à la mise en page du magazine mais aussi à l'écriture d'articles, voire à la photographie. C'est que Berthon ne manque pas d'ambition. En décembre 1962, déjà, il lançait *France Disque*, un hebdomadaire au format tabloïd dans l'esprit du *Melody Maker*. Mais la France n'est pas l'Angleterre et l'expérience s'arrête au bout de quatre numéros faute de moyens et de lecteurs. Même chose pour sa



carrière de chanteur, stoppée nette après deux 45-tours – « Le vrai bonheur » et « Permission de nuit » – sortis respectivement en 1963 et 1964 sur la branche française du label britannique Decca. Ses reprises de Gene Vincent ou de Del Shannon n’ont pas convaincu. Enfin, il doit effectuer son service militaire. Les contrariétés s’enchaînent. À distance, il observe l’objet de toutes ses croyances être galvaudé par le show-business : le concert de Johnny Hallyday à l’Olympia devait sonner la victoire du rock et de son authenticité sur le music-hall, c’est finalement ce dernier qui finit par le vampiriser.

Yé-yés versus blousons noirs

Le succès de Salut les copains et des figures « rock » nationales comme Richard Anthony ou Johnny Hallyday a inévitablement fait naître les vocations. Les quelques chanceux équipés d’une guitare rêvent à leur tour des clameurs du public et de hits gravés sur 45-tours. Mais il faut avant cela monter un groupe, à l’instar des vedettes américaines, et tenter sa chance au culot. À Nice, Hervé Forneri *alias* Dick Rivers met sur pied les Chats Sauvages. Le groupe se produit dans les bals populaires et participe aux tremplins musicaux dans la plus pure tradition du music-hall, avec « des accordéonistes, des danseurs de claquettes, des chanteurs d’opérette, etc¹. » Heureusement, dans ce cadre baroque se cachent aussi des directeurs artistiques plus alertes. Les maisons de disques n’entendent pas passer à côté du phénomène rock’n’roll, fut-il une mode condamnée à s’essouffler rapidement. Il faut sortir des disques dans l’urgence, tant que cela rapporte. Les Chats Sauvages, les Chaussettes Noires, Danny Boy et ses Pénitents, les Vautours, les Pirates, etc. Beaucoup décrochent des contrats d’enregistrement. Mais les dissensions ne tardent pas à apparaître entre ces jeunes artistes, leur rapport intuitif à la musique, et l’industrie bien établie du music-hall.

1. « Interview de Dick Rivers », août 1964, reproduite dans *Juke-Box Magazine*, n° 178, mai 2002.

C'est dans l'intimité des studios que ce choc des cultures est le plus évident. Leur location coûte cher aux maisons de disques. Alors il faut enregistrer rapidement pour amortir les frais. Problème : ces jeunes groupes n'ont le plus souvent aucune formation musicale et parviennent péniblement à jouer tous ensemble. Les prises ratées s'enchaînent parfois des après-midi entiers au grand dam des directeurs artistiques et des ingénieurs du son. Certains groupes sont sommés de congédier leurs membres trop faibles techniquement au profit de musiciens de studios choisis par la maison de disque. Jean-Pierre Bordy, ancien guitariste de Long Chris et Les Daltons, garde un souvenir amer de cette expérience : « On nous a mis, pour étoffer le son, trois ringards – on ne peut pas dire que c'était des reamins de studios parce que les pauvres gars devaient avoir à l'époque cinquante balais et ils devaient faire du bal de campagne. [...] Ils nous ont massacré notre truc allègrement. Ils ont même ajouté une espèce d'orgue bidon. [...] Ça a été horrible, on s'est pratiquement fâchés, on voulait se tirer, on ne pouvait absolument plus faire ce qu'on voulait¹. » L'entremise se poursuit jusque dans le répertoire des morceaux, là encore imposé par la maison de disques pour maximiser les chances de diffusion en radio. Les groupes n'ont de toute façon pas le choix, souvent trop jeunes pour élever la voix : Les Chaussettes Noires, ex-5 Rocks n'ont pas encore la majorité quand ils signent avec Barclay. Leur nom, lui aussi, est une création du principal sponsor de Salut les copains, le fabricant de chaussettes Stemm. À terme, les chanteurs les plus en vue finissent par se détacher de leur formation d'origine pour épouser un peu plus les critères de réussite de la musique de variété.

Au-delà de ces considérations commerciales et esthétiques, il y a aussi nécessité à rassurer le grand public. Les rubriques faits divers des journaux alimentent régulièrement le fantasme de bandes avides de bagarres sur fond de rock'n'roll. La Nuit de la Nation

1. Gêrôme Guibert, *La Production de la culture, Le cas des musiques amplifiées en France*, Mélanie Sèteun, 2006.

du 22 juin 1963, agit comme un catalyseur. L'événement organisé par Europe n° 1 et Salut les copains devait rassembler 50 000 adolescents sur l'avenue du Trône à Paris. Ils seront plus du triple pour assister aux concerts gratuits de Johnny, Sylvie Vartan, des Chats Sauvages et d'autres figures générationnelles. Évidemment, la soirée dégénère. On rapporte des vols, des dégradations, des agressions... La presse quotidienne s'en donne à cœur joie. « Aux yeux de tous les commentateurs, l'évènement est comparé à un "ouragan", un "cyclone" ou un "raz-de-marée dévastateur"¹. » Philippe Bouvard, encore lui, souffle sur les braises avec le sens de la mesure qui lui est totalement étranger: « Quelle différence entre le Twist de Vincennes et les discours d'Hitler au Reichstag²? ». Dans les faits, les dégâts restent limités comparés à l'ampleur de la foule présente ce soir-là. Mais la France a peur et redoute désormais ses propres enfants. Les organisateurs et la préfecture de police – dirigée par Maurice Papon – se renvoient publiquement la responsabilité. Il faut des coupables, vite. Ce seront les blousons noirs. Ces bandes de jeunes issus des milieux modestes, qui aiment les mécaniques, l'odeur du cuir, un peu la baston... mais aussi le rock, accusé par extension – une nouvelle fois – de corrompre la jeunesse. Puisqu'il ne peut être endigué, il faut lui trouver une alternative pour que la jeunesse des classes moyennes qui aime danser le twist ne se change définitivement pas en voyous. Ce sera la naissance de « la génération yé-yé » selon les mots du sociologue Edgar Morin. Évidemment, dans la bouche d'adultes largués, l'expression sonne avant tout comme niaiseuse et péjorative.

Chez *Disco Revue*, on récuse ces yé-yés et leurs chanteurs sans âme, à l'exception de Johnny, Eddy et Sylvie. « On était tous fous de Sylvie, surtout Jean-Claude », confie Jean-Louis Rancurel. Hors de ces exceptions, le rock, le vrai, reste celui pratiqué par Vince Taylor.

1. Florence Tamagne, « La "Nuit de la Nation": culture jeune, rock'n'roll et panique morale dans la France des années 1960 », *Criminocorpus* [En ligne], 31 octobre 2018.

2. Philippe Bouvard, *Le Figaro*, 24 juin 1963.

La star des blousons noirs incarne l'esprit « seu contre tous » de la rédaction. Avec sa gueule de boxeur – presque Marlon Brando dans *L'Équipée sauvage* –, sa veste en cuir portée à même la peau et ses chansons pour les durs au cœur comme « Brand New Cadillac », le rocker anglais s'est taillé une fière réputation chez les puristes en France, à mille lieues de ces chanteurs « comme il faut » du genre de Frank Alamo ou Claude François. Pour lui comme pour Gene Vincent ou Elvis Presley, Jean-Claude Berthon se redresse – juste après son service militaire – et mène la lutte dans sa revue. En octobre 1964, c'est un *Disco Revue* nouvelle formule qui voit le jour doté d'un éditorial passé à la postérité, brillant de lucidité : « Unissons-nous et appelons-nous les rockers ».

Je sais qu'il y a actuellement en France des milliers de jeunes qui sont prêts à crier avec moi : « La soi-disant Bonne Chanson Française et le yé-yé national, il y en a marre, ce que nous voulons c'est du rock pur, qu'il soit français (il n'est pas encore né) ou étranger. »

Dés milliers de jeunes qui, une fois leur semaine de travail terminée, se réunissent en bandes ou restent chez eux, en se demandant ce qu'ils vont bien pouvoir faire pour se défouler et dépenser toute l'énergie qui s'est amassée en une semaine et qui éclate en eux.

Personne ne s'est jamais penché sérieusement sur ce problème, et pourtant il existe bel et bien. Personne n'a jamais cherché à les aider dans ce domaine, si ce n'est pour un but commercial.

[...] De notre « yé-yé » national : plusieurs hommes d'affaires disposent d'une somme d'argent assez importante. Ils décident de l'exploiter et comme, grâce à l'apparition des revues de jeunes à fort tirage, ils se sont enfin aperçus que les jeunes existaient en France, ils créent de toutes pièces les « idoles » qui ont noms Sheila, Claude François, Frank Alamo, etc. [...] Ils les habillent d'une façon, leur donnent une personnalité, leur apprennent à répondre aux interviews, leur font des chansons tout à fait

banales, mais qui, grâce à un matraquage et une publicité extraordinaire, vont rentrer de force dans le crâne de tous les publics.

[...] Du vrai rock'n'roll, eh bien, non! Non, non et non. Les jeunes n'ont pas tous marché dans ces combines. Grâce à *Disco Revue* (je ne dis pas cela par vanité mais par fierté), des artistes comme Eddie Cochran, Buddy Holly (pour parler des morts), Gene Vincent, Chuck Berry, et plus récemment The Beatles, The Rolling Stones et The Animals ont acquis droit de cité chez les jeunes Français d'une façon aussi indirecte que possible. [...] Voilà ce qu'est le rock pur! Et voilà pourquoi j'ai décidé de consacrer ma vie à cette musique¹.

De cet élan, Berthon créé un « Club des rockers », rassemblement formel des lecteurs et des correspondants de *Disco Revue*. À leur inscription, les abonnés reçoivent un 45-tours et une carte de membre avec la mention: « Tous les rockers se doivent de lire et de faire lire *Disco Revue* le seul lien véritable les unissant. » Le club se réunit tous les samedis après-midi au Golf Drouot, dès 15 h 30, pour des réunions-dansantes au cours desquelles le rédacteur en chef s'improvise disc-jockey et diffuse ses titres préférés. « C'est lui qui lance le fameux "Let's Go" des Routers. Ce semi-instrumental qui après avoir été l'hymne des rockers parisiens... sera repris par la CGT, scandé aux manifs. Oui... l'air de "Ce n'est qu'un début, continuons le combat". Rentré à jamais dans l'inconscient collectif². » C'est néanmoins un autre mouvement que *Disco Revue* entend promouvoir dans ses pages. Celui du rock *british*. Comme annoncé dans son éditorial-manifeste, c'est là que se joue « le rock véritable ». Et il faut en rendre compte aux lecteurs, vite.

1. Jean-Claude Berthon, « Unissons-nous et appelons-nous les rockers », *Disco Revue*, n° 1 de la deuxième formule, octobre 1964.

2. Patrick Eudeline, « La vie en rock: Jean-Claude Berthon », *Rock&Folk*, n° 458, octobre 2005.

Fab Four, an un

L'histoire débute par une occasion manquée. Pour Jacques Barsamian: « Dans le milieu de la musique français, personne ne croyait au succès des Beatles. Excepté Jean-Claude Berthon et Kurt Mohr, le responsable du service international d'Odéon qui était le distributeur de leurs disques en France. À la radio, on entendait bien plus souvent “Des bisés de moi pour toi”, la reprise de “From Me To You” de Claude François, que l'original ». Barsamian, lui, assiste en direct au sacre du groupe, poursuivant ses allers-retours entre Paris et Londres pour rendre visite à sa mère mais aussi pour s'enticher des nouveautés dans la presse et les disquaires locaux. Partout dans les rues de la capitale anglaise et dans les autres villes du pays résonnent les mélodies de « Please Please Me » ou de « Love Me Do ». Les écoliers adoptent le style et la coupe des Fab Four quand chacune de leurs apparitions publiques mène à des scènes d'hystéries. Le 23 août 1963, « She Loves You » se hisse directement au sommet des ventes de 45-tours et devient le premier single du groupe à s'écouler à plus d'un million d'exemplaires. Du jamais-vu. Jacques Barsamian poursuit: « J'étais fan et je voulais interviewer le groupe. Mais à ce moment-là, Jean-Claude Berthon était parti faire son service militaire et je connaissais mal les gens qui dirigeaient *Disco Revue* en son absence. Comme j'avais déjà réalisé un article sur l'épopée du rock pour *Salut les copains*, j'en ai parlé à Raymond Mouly, le rédacteur en chef. Il semblait moyennement intéressé mais m'a quand même donné son accord. Le photographe Dezzo Hoffman m'a mis en relation avec Tony Barrow, le chargé de promotion des Beatles, qui m'a accordé une heure d'entretien avec le groupe en marge de son concert à Cheltenham. » Le 2 novembre 1963, Barsamian devient le premier Français à interviewer les Beatles. « Ils étaient là, les quatre: John, Paul, George et Ringo. John et Paul étaient de loin les plus sympas et les plus captivés par mes questions. Ringo s'endormait dans son fauteuil et George était plus attiré par les petites amies qui m'accompagnaient, deux jumelles, futures reines de beauté de l'université de Reading. Comme à l'époque je

n'avais pas d'enregistreur, je leur avais demandé de m'accompagner pour retranscrire les réponses. » Au fil de l'entretien, sont abordés la formation du groupe, ses méthodes de composition, ses ambitions mais aussi des sujets plus « légers » comme leur style capillaire et bien sûr, les filles. À la question: « Quel est pour vous le symbole de la France? », George répond sans détour: « Je pense que, pour nous quatre, c'est Brigitte Bardot. Nous espérons bien la rencontrer lorsque nous séjournerons à Paris. » Souhait exaucé trois mois plus tard: en marge de leurs premiers concerts parisiens, les Beatles rencontreront Brigitte Bardot à l'hôtel Georges v. Mais de ce souvenir insouciant, Barsamian tire aussi une anecdote voilée de regrets: « À la fin de l'interview, je leur ai proposé de m'occuper de leur promotion en France puisque personne ne le faisait. Paul semblait réellement intéressé. Mais je me suis rappelé que trois jours plus tard, je devais partir moi aussi pour mon service militaire et ça ne s'est jamais fait. » L'appel sous les drapeaux a tué l'embryon de plus d'une ambition. L'interview ne sera même pas publiée dans *Salut les copains*. « Je l'ai dit, personne ne croyait aux Beatles à ce moment-là. Mais trois mois plus tard, quand ils ont commencé à dominer le Hot 100 américain, tout le monde a voulu les avoir! Sauf qu'il n'était plus question de sortir l'entretien d'un pigiste, vis-à-vis des rédacteurs réguliers du magazine. C'est du moins ce qu'on m'a confié... » Pas grave. *Disco Revue* repris en main par Jean-Claude Berthon lave l'affront en publiant de nombreux articles consacrés aux groupes de la British Invasion entre 1964 et 1966. Les Beatles mais aussi les Rolling Stones, les Kinks, les Animals, les Who se partageront les couvertures avec, à l'intérieur, des entretiens exclusifs. Comment? Encore une fois, grâce à beaucoup d'astuces et de volontarisme.

À force de multiplier les casquettes – journaliste, rédacteur en chef, chanteur, DJ, etc. – Berthon attire la curiosité et les sympathies de nombreuses personnalités. Parmi elles: André Pousse. L'ancien coureur cycliste devenu figure de la nuit parisienne détient la discothèque La Locomotive qui jouxte le Moulin Rouge sur le boulevard

de Clichy. Il cherche à attirer une clientèle jeune et branchée dans ce quartier miteux jusqu'ici mieux connu pour ses prostituées et ses petits chefs de gang. En 1965, il confie à Berthon le rôle d'animateur/programmateur de la salle. Une aubaine. D'emblée, l'ex-Nancéen crée un pont direct avec l'Angleterre en faisant jouer tour à tour The Who, The Kinks, Them, The Yardbirds ou encore The Pretty Things. Barsamian et lui ne manquent pas de les interviewer au passage. « Il invitait tous ces groupes énormes à se produire ici et ça nous permettait ensuite d'alimenter le journal », confirme Gérard Bernar. Le magazine veut aussi devancer les tendances pour participer à l'émergence de nouveaux talents. Un tremplin « 100 % rock » est organisé avec à la clé, un contrat d'enregistrement avec la maison de disques Barclay. Le 12 février 1966, c'est un inconnu au look de beatnik qui l'emporte : Michel Polnareff. L'artiste éblouit tant par la qualité de ses chansons pop que par son excentricité déjà bien affûtée. Celui-ci va jusqu'à refuser le contrat d'enregistrement qui lui est offert afin de préserver, clame-t-il, sa liberté artistique. Il signera quelques mois plus tard chez Disc'AZ, l'un des concurrents de Barclay. Dans le même temps, c'est tout Pigalle qui devient le carrefour immanquable d'une partie de la jeunesse branchée parisienne. Mods, blousons noirs, starlettes, yé-yés, etc. Tous s'y retrouvent. D'autant que 500 mètres plus bas sur la rue Pierre Fontaine, c'est le Bus Palladium qui a ouvert ses portes. Le club entend bien jouer des coudes avec La Locomotive et les deux salles rivalisent pour programmer les meilleurs groupes. Pour Jean-Claude Berthon, c'est l'heure de gloire même si les nuits blanches s'accumulent. Son ami Gérard s'en rappelle : « Berthon était quelqu'un de très discret mais il travaillait beaucoup. La journée, il s'occupait du journal et le soir, il partait en discothèque jouer les disc-jockeys. Il ne dormait pratiquement pas ! Je me rappelle arriver régulièrement au bureau à huit heures du matin et le trouver en train de dormir dans un coin. » Les sollicitations sont nombreuses. Berthon remonte même sur scène pour se produire ponctuellement avec Les Rockers, le groupe de « La Loco ». Mais parmi toutes ces propositions, en

voilà une qu'il refuse obstinément, celle de vendre son magazine à Daniel Filipacchi qui l'invite également à venir s'occuper de *Salut les copains*. Pas question de trahir ses idéaux pour ce pacte faustien enrobé de paillettes et de mélodies sucrées. « Vu le caractère de Jean-Claude, il était impensable pour lui de vendre son indépendance. Il était vraiment fier d'avoir su dire non à Filipacchi ! », rigole encore Jean-Louis Rancurel. Sa vie aurait dû prendre un virage mais comme ses héros maudits, Vince Taylor ou Gene Vincent, Jean-Claude Berthon a préféré rester un dur en liberté.

GÉNÉRATION SALUT LES COPAINS

Avant que Salut les copains ne rompe la monotonie des programmes de l'après-midi sur Europe n° 1, Daniel Filipacchi et Frank Ténot entretiennent déjà plusieurs avantages sur leurs concurrents. Ni trop jeunes, ni trop vieux, ils disposent d'un solide réseau et surtout, d'un flair démentiel pour les affaires. Filipacchi d'abord, est né en Paris en 1928 où son enfance s'est balancée entre les mondes du jazz et de l'édition où gravitait son père, Henri, membre émérite du Hot Club de France. Ami de Charles Delaunay, Hugues Panassié, de l'écrivain Georges Simenon ou encore de l'éditeur Marcel Duhamel – le créateur de la célèbre Série Noire chez Gallimard – Filipacchi père fut promu Secrétaire général de la librairie Hachette sous l'occupation. Un sacre pour cet immigré italien plein d'ambition. Mais en 1948, les entreprises françaises coupables de collaboration sont reprises en main par l'État et l'homme est relégué aux Exclusivités, département sans envergure de la maison d'édition. Son fils, Daniel, déscolarisé depuis ses quatorze ans, se débrouille pour frayer son propre chemin dans l'après-guerre. Le garçon débute comme apprenti typographe dans une imprimerie spécialisée dans les publications clandestines, puis devient photographe pour des journaux populaires comme *Radar*, *Noir et Blanc* et *Samedi Soir*. À vingt ans, il est recruté par *Paris Match*, tout juste relancé, et multiplie les

reportages : Louis-Ferdinand Céline en exil au Danemark, le maréchal Pétain condamné à la réclusion à perpétuité à la Citadelle de l'île d'Yeu... Jonglant entre les opportunités et bien aidé par son bagout, Filipacchi saisit de nouveau la chance. Le 13 mars 1955, Maurice Siegel, directeur de l'information d'Europe n° 1 qu'il a rencontré sur l'île d'Yeu, lui téléphone : « Dis-moi, Daniel, est-ce que tu peux venir en studio avec des disques de Charlie Parker ? Tu sais qu'il est mort hier... On n'a rien dans la discothèque¹. » Filipacchi, lui, possède « tous ses disques sans exception ». Le soir même, il est invité à l'antenne pour en diffuser quelques-uns « avec des commentaires très brefs, en indiquant seulement les noms des morceaux et des solistes ». Europe n° 1 est l'une des quatre radios privées françaises – Avec Radio Andorre, Radio Luxembourg et Radio Monte-Carlo – et la plus jeune d'entre elles. Pour contourner l'interdiction à l'encontre des radios commerciales sur le territoire français, ses émetteurs se cachent en Sarre. Ses bureaux, eux, sont implantés à Paris. Pour Maurice Siegel et Louis Merlin, son directeur général, l'enjeu est de trouver un ton résolument neuf et vite. Le courrier enthousiaste qu'ils reçoivent les jours suivant la première de Filipacchi laisse entrevoir une piste prometteuse. Le photographe est aussitôt recontacté pour animer un nouveau programme. On lui confie un partenaire, Frank Ténot, déjà rencontré succinctement. D'une poignée de main ce jour-là, les deux hommes scellent l'amitié d'une vie, celle qui les portera au sommet.

Par opposition, Ténot est un provincial, fils d'enseignants et de trois ans le cadet de Filipacchi. Arrivé après-guerre à Paris – grâce à son obsession du jazz –, le Hot Club de France devient son second foyer et Charles Delaunay, un nouvel ami. Ils animent ensemble Jazz d'hier et d'aujourd'hui sur RTF Inter. Ténot devient aussi secrétaire de rédaction pour *Jazz Hot*. Ces expériences lui attirent la sympathie d'Europe n° 1 qui lance Pour ceux qui aiment le jazz. Sans surprise, le programme reçoit un excellent accueil. L'audimat

1. Daniel Filipacchi, *Ceci n'est pas une autobiographie*, XO Éditions, 2013.

n'existe pas encore mais le courrier des auditeurs est unanime. En deux mois seulement, l'émission passe d'une diffusion hebdomadaire à un rythme quotidien, de dix heures du soir à minuit. Le tandem bouleverse les codes de la radio avec des conversations débridées tandis que les « meneurs de jeu » des autres antennes déroulent studieusement leur texte. Les deux hommes font également montre d'une ouverture peu commune dans le milieu du jazz, diffusant aussi bien du swing que du be-bop ou du cool, le jazz blanc de la côte ouest répudié des puristes. Il faut parler aux passionnés autant qu'aux néophytes. Le décloisonnement des registres se poursuit jusque dans les pages de *Jazz Magazine* où le duo collabore également. Quand la famille Barclay met en vente son mensuel fin 1956 pour dégager des liquidités et investir davantage dans sa maison de disque, Ténot et Filipacchi se positionnent en premier. Ils décrochent le titre avec un avantageux crédit en échange d'octroyer gracieusement des encarts de pub pour les artistes du label Barclay. *Jazz Magazine* devient sitôt un judicieux outil de promotion. Par la même, le duo étend le cercle de ses connaissances dans le show-business parisien. Les maisons de disques comme RCA, Decca ou Capitol/Pacific sollicitent leur expertise dans le recrutement de nouveaux talents dont ils parlent à l'antenne ou dans les pages de *Jazz Magazine*. Enfin, le binôme s'associe à Bruno Coquatrix, propriétaire de l'Olympia, pour créer la société Paris Jazz Concert et organiser des tournées de jazzmen en Europe – parmi lesquels Duke Ellington, Thelonious Monk ou Dizzy Gillespie – avec la complicité de Norman Granz, l'emblématique impresario américain. À l'Olympia, les concerts sont enregistrés et retransmis seulement quelques jours plus tard dans Musicorama, toujours sur Europe n° 1. Voilà comment, en moins de cinq ans, Ténot et Filipacchi sont parvenus à maîtriser presque toute la chaîne de production du jazz, de la conception des albums à leur diffusion en passant par leur promotion. Leur crédibilité est immense auprès des professionnels et leurs affaires pérennisées, chaque maillon s'imbriquant dans le succès de l'autre. Fin de la partie ? C'est sans compter sur l'interminable appétit de Filipacchi.

Suzy, son chat et les copains

Daniel Filipacchi et Frank Ténot ne sont pas à l'origine de Salut les copains. C'est à Lucien Morisse (d'après une idée de Jean Frydman), responsable de la grille musicale d'Europe n° 1, que revient la paternité du programme. Ce dernier, décidé à toucher les moins de vingt ans, s'empare d'un créneau à l'approche de l'été 1959, celui du jeudi, de 18 heures à 18 h 30. La demi-heure d'émission est nommée Salut les copains, hommage au morceau de Gilbert Bécaud sorti en 1957 et plébiscité par les collégiens. Pour l'animer, on choisit Suzy, étudiante américaine de dix-sept ans, de passage en France pour les vacances, qui détient une petite collection de disques de rock'n'roll, principalement des Anglais comme Cliff Richard ou Brenda Lee. Mais voilà, pour l'accompagner en studio, Suzy a choisi... son chat. Le félin ne se prive pas de miauler à l'antenne ce qui finit par irriter Lucien Morisse. Suzy est gentiment écartée et le duo Ténot-Filipacchi appelé à la remplacer, non sans scepticisme au départ. Pourquoi s'inscrire dans un nouveau registre alors que sa réussite s'est construite par le jazz et son public adulte ? Le pari est risqué. D'autant que Filipacchi déteste le titre de l'émission qu'il juge « ridicule » et qu'il souhaite changer par Radio Jukebox. Mais ses voyages répétés aux États-Unis – dans le cadre de reportages pour *Paris Match*, *Marie Claire* ou *Jazz Magazine* – le convainquent du potentiel commercial du rock'n'roll qui résonne là-bas sur de nombreuses radios privées. Frank Ténot, à l'inverse, reste dubitatif : « J'ai dit à Daniel que je ne me sentais pas capable de présenter Charlie Parker d'un côté, dans Pour ceux qui aiment le jazz, et Richard Anthony de l'autre dans SLC (Salut les copains). Il m'a rétorqué que cela ne s'adressait pas au même public. [...] Ceux de la nuit sont des intellos de faculté qui ont vingt-cinq ou trente ans, ceux de l'après-midi des gosses qui se foutent de Charlie Parker¹. » L'homme laissera à son ami le patronage de l'émission pour ne le remplacer que lorsqu'il sera indisponible, environ trois mois par an.

1. Michel Brillé, *L'Aventure Salut les copains*, Éditions du Layeur ; Fondation Frank Ténot, 2009.

Salut les copains démarre en quotidienne le 19 octobre 1959 avec les recettes éprouvées dans Pour ceux qui aiment le jazz : des conversations à bâtons rompus, une proximité avec l'auditeur – le tutoiement est d'usage – et le refus de segmenter. L'émission est la plus ouverte possible, passant surtout des pionniers américains comme Chuck Berry, Bo Diddley, Fats Domino, Bill Haley ou Elvis Presley, mais aussi des Anglais et quelques Français comme Richard Anthony. Le premier indicatif de l'émission est même un morceau de jazz, le « Rat Race » de Count Basie, avant que les instrumentaux « Last Night » des Mar-Keys et « S.L.C. Twist » d'Eddie Vartan – le frère de Sylvie – ne viennent incarner « l'esprit SLC ». Il y a nécessité à passer le plus de disques à l'antenne, mais pas sans une certaine structure. Dès son lancement, le programme incorpore un hit-parade avec les titres les plus demandés par les auditeurs. De quoi engranger les appels au standard et le courrier. Dans « Le Chouchou de la semaine », un artiste désigné favori par Filipacchi a le privilège de voir ses titres diffusés chaque jour pendant une semaine, en début, milieu et fin d'émission. De cette manière, Salut les copains applique astucieusement la méthode de matraquage initiée en France par Lucien Morisse et importées directement des radios privées américaines. Plutôt que de promouvoir un vaste répertoire, le calcul consiste à se concentrer sur une poignée d'artistes et à diffuser inlassablement leurs morceaux jusqu'à les imprimer dans la mémoire des auditeurs. Sans surprise, la recette a depuis largement été éprouvée. Par ailleurs, le ton amical de « l'Oncle Dan », le sobriquet de Filipacchi, contribue à mettre à l'aise cette génération montante incarnée par Johnny Hallyday, qui vient avec plaisir se faire interviewer dans les studios d'Europe n° 1. On est loin des manières affichées dans L'École des vedettes.

« C'est sans doute logique, je présentais *Salut les copains*, donc j'étais forcément un spécialiste et un défenseur de la jeunesse, ce qui m'a toujours agacé au plus haut point car cela n'était pas du tout le cas¹ » reconnaîtra plus tard Filipacchi. Il n'empêche,

1. Daniel Filipacchi, *op.cit.*

le trentenaire donne aussi leur chance à des adolescents anonymes comme Michel Brillié, quinze ans en 1960: « J’avais découvert cette émission dont la musique me plaisait beaucoup. Je me suis dit: “Tiens, je vais aller voir le type qui présente.” J’y vais, je me fais jeter par les hôtesse, je reviens deux fois, trois fois, quatre fois et la cinquième fois, les hôtesse appellent Daniel en disant: “Débarrasse-nous de ce type s’il te plaît!” Donc il m’a reçu, on a discuté, il a dû me trouver sympa. À la fin, il me dit: “Est-ce que tu veux présenter l’émission avec moi? Je cherche des jeunes de ton âge pour venir donner leurs impressions, etc.” J’ai dit “Pourquoi pas”, et c’est parti comme ça¹. » En rupture totale avec les codes de la radio, *Salut les copains* est suivi religieusement après l’école par les collégiens et lycéens. On en parle le lendemain dans les cours de récréation et les plus chanceux s’achètent les 45-tours des chouchous de la semaine avec leur argent de poche.

L’évidence s’impose: si *Jazz Magazine* a tiré parti du succès de Pour ceux qui aiment le jazz, *Salut les copains* doit pouvoir s’incarner lui aussi dans une formule papier. Le premier magazine se vend alors à 10 000 exemplaires environ par numéro. Si *Salut les copains* reçoit dix fois plus de courriers, le nouveau mensuel peut logiquement atteindre 100 000 voire 120 000 exemplaires chaque mois, de quoi assurer sa rentabilité. Filipacchi tente d’obtenir des financements auprès des dirigeants qu’il côtoie: Sylvain Floirat, propriétaire d’Europe n° 1, et Jean Prouvost, propriétaire de *Paris Match*. Mais les deux hommes déclinent: « Comment en vouloir à ces deux mastodontes de ne pas avoir détecté le filon que leur offrait un jeune-homme un peu photographe, un peu disc-jockey, qui se prenait pour un industriel de la presse? Un de leurs employés, en plus². » C’est donc seul, avec Frank Ténor, qu’il lance *Salut les copains* version magazine. Les deux associés parviennent à réunir 70 000 francs depuis leurs économies. Lorsqu’ils prendront

1. Sonia Devillers, « Salut les copains: l’âge d’or de la presse et de la radio », *L’Instant M*, France Inter, 6 décembre 2017.

2. Daniel Filipacchi, *op. cit.*

connaissance de leur retour sur investissement, les « mastodontes » rejoindront très vite le capital de la petite société. En attendant, Filipacchi renoue avec une connaissance de *Marie Claire*, le directeur artistique Régis Pagnez, formé à l'École supérieure des arts et industries graphiques, pour préparer la maquette de *SLC*. Celle-ci doit être aussi accrocheuse que l'émission. De New York, les deux hommes font venir des revues destinées aux adolescents car ce type de publications n'existe pas encore en France. Ils étudient minutieusement leur aspect visuel. Couleurs « pop », photographies grand format, texte aéré: la matrice de *Salut les copains* se dessine rapidement, celle d'un « *Paris Match* pour les jeunes », mélange d'infos et de glamour, qui tranche sérieusement avec la sobriété de *Disco Revue*. Une attention particulière est portée à la typographie, capable d'évoluer en fonction des artistes et des sujets. Une petite équipe est réunie autour du projet, comprenant les journalistes Éric Vincent, Guy Abitan, ou encore Michel Taittinger, d'autres habitués du Golf Drouot.

Rupture de stock

Le premier numéro de *SLC* sort à l'été 1962. « 72 pages de rock et de twist » avec un Johnny hilare en couverture. Juste retour d'ascenseur après le soutien que lui a assuré l'émission deux ans plus tôt. À l'intérieur, on dévore un dossier sur Ray Charles et Fats Domino, on savoure les conseils vestimentaires de Sylvie Vartan, découverte un an plus tôt par Filipacchi et signée sur le label RCA.

Qu'est-ce qui fait courir Sylvie? Sa conscience professionnelle qui lui interdit d'être en retard. Il faut dire qu'elle est aidée: par sa jupe-culotte à petits carreaux bleus et jaunes, 20,00 nf. chez Prisunic¹.



1. *Salut les copains*, n° 1, juillet-août 1962.

On retrouve aussi Eddy Mitchell parti accomplir son service militaire... à Paris. Bref, les personnalités défendues par l'émission sont au rendez-vous. Et au prix d'un franc cinquante, le magazine tiré à 100 000 exemplaires se retrouve après deux jours seulement en rupture de stock. Il s'en écoule finalement 185 000 après un second tirage. *SLC* est lancé sous les meilleurs auspices. Daniel Filipacchi signe son édito « Votre ami Daniel » comme un cri du cœur générationnel. Ironie de l'histoire: il entame à ce moment-là sa trente-quatrième année.

Il y a un peu moins de trois ans, Europe n° 1 décidait de créer une émission spécialement destinée aux jeunes. C'était une nouveauté pour la France. À cette époque, le rock n'était pas très populaire chez nous.

[...] Pour la première fois, dans un monde établi et mené par des plus de vingt ans, les moins de vingt ans avaient droit à la parole. Et le résultat ne fut pas si mauvais puisque des statistiques récentes ont prouvé que l'émission était également très écoutée par des gens qui ont largement dépassé les vingt ans et qui sont souvent, tout simplement, des « parents ». L'important avait été de démontrer, à ceux qui semblaient l'ignorer, que la jeunesse n'est pas une infirmité et que les teenagers ne sont pas forcément des diminués mentaux ou des hystériques¹.

Le magazine adopte les contours de son émission-mère avec un hit-parade, les textes de « nos chansons préférées » et en prime, un poster détachable en couleur, celui de Sylvie Vartan. Dans « Autour du magnétophone », les échanges (fictifs) de deux auditeurs au sujet de Vince Taylor sont retranscrits par un trait d'humour.

Vivement critiqué par les uns, passionnément admiré par les autres, Vince Taylor est l'une des rares vedettes du rock qui ne laisse personne indifférent. Face à face, deux bons copains, Jacques Ferraro et Patrick Jaubert, s'affrontent à son sujet. Jacques qui est

1. *Salut les copains*, n° 1, juillet-août 1962.

contre, dit que c'est un artiste bidon. Patrick, qui est pour, dit que c'est un chanteur terrible.

Jacques: Alors, nous sommes bien d'accord, n'est-ce pas? Je peux attaquer ton idole sans recevoir des coups de chaîne?

Patrick: J'attendais ça, pas aussi tôt peut-être, mais je l'attendais. Ce n'est qu'un accessoire, cette chaîne...

Jacques: Parlons de l'artiste, ou plutôt, de ce qu'il en reste après un an de campagnes publicitaires¹.

C'est finalement un portrait nuancé du chanteur anglais qui se détache en filigrane, loin des polémiques sur les blousons noirs qui abreuvent la presse nationale. Preuve que si cette première version de *Salut les copains* n'est pas dénuée d'enjeux publicitaires, elle vise aussi à dépeindre le rock'n'roll sous toutes ses couleurs. Elle encourage également ses lecteurs à prendre la parole et à débattre sur des sujets non-musicaux. Ceux-là ne s'en privent *via* le courrier des lecteurs placé sous la politesse introductive de « Cher Daniel... ».

Au-delà d'une publication musicale, *SLC* est rapidement traversé par les doutes et les passions d'une génération. La revue s'étoffe en ce sens pour s'ouvrir, par exemple, au cinéma. Dans le troisième numéro, Corinne Marchand, vedette de *Cléo de 5 à 7* d'Agnès Varda, expose son métier d'actrice et de chanteuse. Dans les numéros cinq, six et sept, c'est un récit passionnant de la vie de James Dean, disparu en 1955, que narre l'écrivain et reporter Yves Salgues. Et puis il y a Johnny, encore et toujours, qui signe chaque mois sa « Lettre aux copains », rendez-vous attendu des fans pour tout connaître des états d'âme de leur idole. Plus prosaïque, « Le métier que j'ai choisi » met à nouveau les lecteurs au centre à travers leur profession. Maçon, typographe, cuisinier, speakerine, etc. Toutes les caractéristiques des différents métiers sont dévoilées, des formations aux salaires en vigueur en passant par les perspectives d'évolution. Enfin, dans « Copain Flashes »,

1. *Salut les copains*, n° 1, juillet-août 1962.



le journaliste André Arnaud décrypte un temps l'actualité pour évoquer aussi bien l'évolution des mœurs en France que la guerre en Algérie.

L'histoire du mensuel manque pourtant de s'achever brutalement dès son deuxième numéro à la rentrée 1962. L'histoire est connue : sur la couverture, Elvis Presley brandit un poignard, menaçant. Filipacchi-Ténot sont convoqués *manu militari* au ministère de la Justice pour s'expliquer. Ils encourent la censure pour « incitation de la jeunesse à la violence ». On ne badine pas avec ces choses-là. Sur le fil, les deux

éditeurs parviennent à prouver que l'image en question est extraite du western *Les Rôdeurs de la plaine* sorti en France un an plus tôt et validé pour tous les publics. Le numéro est autorisé à paraître. Mais la tournure politique des événements jette le doute sur leurs certitudes. La censure omniprésente pendant ces années de gaullisme montre encore que le rock'n'roll est un vecteur de tensions, quand bien même le King effectue dans le même temps, comme n'importe quel jeune américain, son service militaire en Allemagne. *Salut les copains* tire maintenant à 500 000 exemplaires et répond à des exigences professionnelles. Il ne peut pas souffrir de polémiques comme celles-ci, ni entrer frontalement en conflit avec les « croulants », le surnom donné aux aînés. Les histoires de cœur et les anecdotes tendent peu à peu à lisser le contenu lié à la musique. Quand Eddy Mitchell occupe la couverture du quatrième numéro, le journaliste et le chanteur désamorcent volontiers l'image de voyou qui peut lui être accolée : « Quand parfois les gens dans la rue disent que je suis un blouson noir, ça fait bien rire Elvis (mon petit chien)¹. » Et lorsque Johnny revient en une pour le numéro sept, il s'agit surtout de découvrir la vraie personnalité du jeune homme, plein de sens moral, « qu'il soit oui ou non votre idole ». Celui-ci tourne le dos à son attitude rebelle des débuts. La trans-

1. *Salut les copains*, n° 4, novembre 1962.

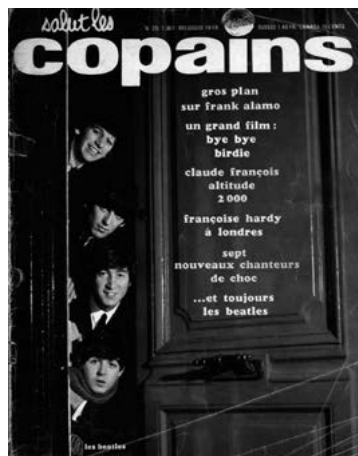
formation de son image publique arrive à son terme dans le film *D'où viens-tu Johnny?*, tourné en 1963, où il incarne un gentil blouson noir, soucieux de l'ordre public, qui lutte contre les trafiquants de drogue. *Salut les copains* accompagne ce glissement, entériné après le fiasco de l'organisation de la Nuit de la Nation et les critiques du petit monde médiatique. Daniel Filipacchi a beau répliquer qu'« aucune formation politique ou confessionnelle n'a jamais réussi à mobiliser en France une telle armée de moins de vingt ans », il est l'heure de rentrer dans le rang. L'imagerie acidulée et la connivence avec le lecteur restent de mise. Mais elles se superposent sur le fond à un ensemble de valeurs conservatrices propre à cette époque. Comme dans le numéro d'octobre 1963, où un reportage sur Françoise Hardy et Sylvie Vartan en séjour à Juan-les-Pins donne le ton :

Parfois, ce sont les vacances, on fait des rencontres. Françoise et Sylvie ont récemment passé ensemble vingt-quatre heures de liberté sur la Côte d'Azur, à Juan-les-Pins. Elles se sont promenées dans les rues, ont mangé des glaces au melon à la terrasse d'un café, et parlé chiffons, cheveux et... sonorisation.

Autre exemple en avril 1964, à l'occasion de la venue des Beatles à Paris :

Ce qu'ils ont aimé le plus pendant leur séjour en France? Le charme et la gentillesse de Sylvie, l'air costaud et la coiffure de Chouchou, et surtout, les bistrotts où l'on peut bavarder sans cesse, jusqu'à une heure avancée de la nuit.

Les Beatles, les Rolling Stones et le chantre du skiffle Cliff Richard sont d'ailleurs les seuls britanniques à bénéficier de l'attention régulière de *Salut les copains*. D'un point de vue musical, cette reconnaissance reste superficielle : elle s'attache à décortiquer avec



admiration l'effervescence qui les entoure et leur style vestimentaire, repris par les yé-yés. Tout au long des *sweet sixties*, SLC restera pour l'essentiel franco-français, moins par chauvinisme musical – Filipacchi concédera de lui-même que les yé-yés n'étaient « franchement pas terribles » – mais par intérêt stratégique. Après tout, Johnny et consorts ont le mérite d'être à disposition pour des interviews et des sessions photo.

Du rêve à revendre

Fin 1963, *Salut les copains* dépasse le million d'exemplaires. Raymond Mouly, ami proche de Ténor au Hot Club de Bordeaux, assure sa rédaction en chef et applique consciencieusement le matraquage instauré par ses pairs. Les mêmes « copains » squattent inlassablement le journal : entre juillet 1962 et décembre 1966, soit cinquante-trois numéros, Sylvie Vartan occupe huit fois la couverture suivie par Johnny, six fois. Claude François, à égalité avec Françoise Hardy, ferme le podium. Dans ce contexte, l'image est aussi précieuse que le texte, sinon plus. Il faut mettre en scène la romance entre Johnny et Sylvie, les tenues d'avant-garde de Françoise, la belle gueule de Bébél. Les photographes Tony Frank et Jean-Marie Périer sont sommés de suivre les idoles et de documenter leur existence avec la fantaisie qui participe à l'identité du magazine. Le fils de l'acteur François Périer connaît d'ailleurs Filipacchi depuis ses seize ans. Il était son assistant à *Paris Match* dès 1956 avant d'être engagé à *Salut les copains* à partir du second numéro. Jean-Marie n'a qu'une seule consigne : faire des photos « qui énervent les parents ». Pour le reste, c'est liberté absolue. Même Régis Pagnez, le directeur artistique, ne pipe mot : « Ils connaissaient leur boulot, on se servait de leur travail. Ils faisaient des photos et nous les mettions en page, c'est tout. C'était un travail de collaboration, d'association. Pas d'un côté un directeur et de l'autre des gens qui suivent. Nous parlions la même langue. Tout le monde était traité de la même manière sauf qu'à un moment, Jean-Marie faisait 80 % des

photos¹. » Dopée par ses ventes en million, la rédaction s'octroie toutes les audaces, comme de bâtir des décors spécifiques ou de louer des hélicoptères pour ses séances photo.

Jean-Marie Périer devient presque aussi célèbre que les chanteurs du même âge qu'il côtoie et dont il devient l'ami, parfois l'amant: « Tandis que je traversais les villes de France, allant de Johnny à Cloclo ou d'Eddy à Dutronc, je n'avais qu'à lever les yeux pour voir les chambrettes des adolescents recouvertes de mes photos². » Johnny tout sourire, les bras en éventail sur les épaules de Sylvie Vartan et Françoise Hardy, c'est lui. Sylvie en pleine lecture langoureuse, allongée sur un sol strié de blanc et de rouge, c'est encore lui. Et bien sûr, la célèbre « photo du siècle » imprimée en poster central du numéro de juin 1966, c'est encore lui. Le cliché réunit l'ensemble des artistes de la génération yé-yé. Quarante-six personnalités de Johnny à Sheila en passant par Jean-Jacques Debout, France Gall et Michèle Torr. On y devine quelques figures dont la carrière déviera de la variété consensuelle pour s'aventurer vers des champs beaucoup plus libres. Parmi elles: Gainsbourg, Christophe mais aussi Catherine Ribeiro. Dès la fin des années soixante, la chanteuse tirera un trait sur les yé-yés et formera le groupe Alpes, l'un des pionniers du psychédéisme et du rock progressif en France, empreint de visions libertaires et régulièrement comparé à Magma pour ses recherches stylistiques. Est-ce à dire qu'en accordant une place à ces artistes, *Salut les copains* se voulait insidieusement plus ouvert que ce que ne laissait supposer en surface son traitement de l'actualité musicale? C'est peu probable. En 1966, aucun des artistes précités ne s'était réellement émancipé du carcan yé-yé. Christophe embrassait tout juste le succès avec « Aline ». Seul Serge Gainsbourg incorporait déjà des thèmes musicaux plus aventureux, comme sur « Couleur Café » où la polyrythmie renvoie aux musiques africaines. L'intérêt

1. Michel Brillé, *op.cit.*

2. Jean-Marie Périer, « Premier numéro du magazine *Salut les copains* », Recueil des Commémorations nationales 2012, francearchives.fr.

de *Salut les copains* se situe ailleurs, dans sa forme terriblement séduisante et sa capacité à toucher les jeunes comme personne d'autre. Pour Jean-Louis Rancurel de *Disco Revue*: « Ils mettaient en scène la vie des chanteurs car il fallait faire rêver. C'était comme ça qu'on faisait de l'argent. Eux l'avaient compris, pas nous. » Et d'argent, il en est beaucoup question pour le magazine.

Une enquête IFOP réalisée en 1963 révèle que près d'un jeune français sur deux, entre 15 et 20 ans, toute classe sociale confondue, lit *S.L.C.* Daniel Filipacchi a bâti le support fantasmé des industriels et des publicitaires pour « capter » le nouveau marché des baby-boomers. Dans cette course à la consommation, les éditeurs phonographiques ont logiquement pris possession des encarts du journal avant d'être rattrapés par des fabricants de plus en plus variés. Dès 1963, les réclames pour les montres Fétiches, le cacao Tonimalt, les tourne-disques portables Teppaz ou les boissons Vittel-Délices occupent la moitié des pages du magazine pour tenter de s'adresser aux jeunes lecteurs par leurs formules orales: « Let's Go », « Ouah » ou « Bof ». Même les idoles sont sollicitées: Johnny devient l'ambassadeur des jeans Big Chief, Sheila vante les atouts de la nouvelle Renault R4, tandis que Danyel Gérard promeut le rasoir Remington Rollershare. Chouchou, mascotte rondouillarde et mal peignée dessinée par Philippe Fix, est aussi dupliquée en produits dérivés, de la figurine à la brosse à cheveux (« La brosse des copains »), en passant par les rideaux de douche. Sa petite amie Yé-Yé, son chien Ouah-ouah et son petit frère Minichouchou le rejoignent au fil des numéros. À l'arrivée, encouragé par ses lecteurs, Filipacchi consent à créer l'hebdo *Chouchou*, revue de bande dessinée dans la veine des *Spirou*, *Tintin* ou *Pilote* mais calqué sur le grand format des comics américains. Le succès n'est pas celui escompté en dépit d'une direction assurée par le dessinateur Jean-Claude Forest, déjà auteur de la série *Barbarella*. *Chouchou* est évacué au bout de quatorze numéros. Qu'importe: avec les bénéfices dégagés par *Salut les copains*, Filipacchi peut tableur sur toutes les opportunités

pour développer son empire de presse. *Lui* – le mensuel de charme lancé en novembre 1963 et inspiré de *Playboy* – embrasse déjà le succès quand, en 1964, il acquiert *Âge tendre et tête de bois*. La revue créée par le présentateur Albert Raisner s’inscrit dans le prolongement de son émission télévisée du même nom, la première à proposer sur petit écran des artistes de variété à destination du jeune public. Elle devient *Mademoiselle âge tendre*, « le magazine des filles dans le vent ». Là encore, une réplique d’une revue américaine, le magazine pour jeunes filles *Seventeen*. Sa cible est sans ambiguïté celle des « petites sœurs » des lecteurs de *SLC*, avec Sheila, France Gall ou Sylvie Vartan en égéries. Mais la musique n’occupe plus qu’une place anecdotique, loin derrière la mode ou les sujets de beauté. Les clichés de Jean-Marie Périer sont encore là pour saupoudrer d’une touche piquante ce *Mademoiselle âge tendre* qui s’élève en quelques mois seulement à un tirage de 500 000 exemplaires.



Inévitablement, les succès et les « bons coups » des éditions Filipacchi galvanisent la concurrence. Pendant la première moitié des années soixante, les publications jeunesse se succèdent, feignant la modernité des yé-yé. *Formidable* ou *Bonjour les amis* tentent crânement leur chance dans la lutte. Ce dernier – parfaite copie de *Salut les copains* jusque dans son titre similaire – doit son existence à Georges Figon, tristement célèbre depuis l’affaire Ben Barka, opposant au roi du Maroc dont le corps n’a jamais été retrouvé. L’homme, « un voyou à la noix », entretenait depuis l’enfance une rivalité avec Filipacchi : « Sa vengeance, ou plutôt sa tentative de vengeance fut assez inattendue. Il la rumina pendant vingt ans. Le succès de notre magazine *Salut les copains* était tel que les concurrents décidés à tuer la poule aux œufs d’or et à prendre sa place étaient nombreux. L’un d’eux semblait clairement le plus dangereux,



avec de gros moyens, une excellente impression, pagination importante et surtout énorme promotion. Son titre était clair : *Bonjour les amis*¹. » Le magazine débute fin 1962 avec le soutien de Radio Andorre et son programme Spécial Blue Jeans, déjà copie radiophonique de Salut les copains. Mais jamais le mensuel ne parvient à atteindre la popularité de son modèle. *Bonjour les amis* disparaît dans l'indifférence en 1965 tandis que Georges Figon, empêtré dans les affaires de justice, sera retrouvé mort chez lui, tué par balles, le 17 janvier 1966. La police conclura au suicide. Mais pendant que l'argent fait des envieux, ce sont des motivations beau-

coup plus politiques qui conduisent à la naissance de *Nous les garçons et les filles*, autre rival sur papier de *Salut les copains*. Et de manière aussi étonnante que déstabilisante, celui-ci va, contre vents et marées, tout faire pour insuffler une lecture sociale et politique dans un mouvement qui en était jusqu'ici dénué.

LES COMMUNISTES DANSENT-ILS LE TWIST ?

1^{er} mai 1963. Les militants communistes défilent comme chaque année depuis 1890 partout en France. Mais face aux habituels slogans et tracts échangés ce jour-là, une publication détonne. Son nom : *Nous les garçons et les filles*, référence explicite au succès de Françoise Hardy sorti un an plus tôt, magazine de soixante-quatre pages, en couleur, vendu un franc cinquante par les militants. Le visage de Jean-Paul Belmondo, cigarillo en bouche, s'étire sur la couverture. À l'intérieur ce sont Françoise Hardy, Claude Nougaro ou Leny Escudero qui sautent aux yeux. Pas de doute, *Nous les garçons et les filles* a la forme de *Salut les copains* mais aussi sa vocation : parler des idoles, de twist et

1. Daniel Filipacchi, *op.cit.*

de mode avec une maquette soignée et richement illustrée. Une question se pose alors : que fabrique une telle publication dans les rangs de militants politiques ? La réponse se situe juste en dessous de son sommaire, dans l'ours, cet encadré où figurent le nom et l'adresse de l'éditeur, de l'imprimeur, ainsi que des collaborateurs de la publication. Le mensuel est celui de l'Union des Jeunes Communistes de France, de l'Union des Jeunes Filles de France et de l'Union de la Jeunesse Agricole de France, édité par Les Nouvelles Éditions de la Jeunesse, antenne du Parti communiste.

« Quand le rock arrive en France à la fin des années cinquante, le PCF et la presse communiste sont encore très influencés par la doctrine jdanoviste, qui édictait entre 1948 et 1954 un art conforme aux préceptes du réalisme socialiste. Un art produit par le peuple et pour le peuple », expose Jedediah Sklower, docteur en sociologie, spécialiste des rapports entre politique et culture de masse. « Or le rock est une musique industrielle, commerciale, américaine, capitaliste... Ce qui n'était pas du tout quelque chose d'acceptable pour les communistes. » Autrement dit, le rock a tout de l'instrument de *soft power* américain dont il faut se protéger. Pourtant, le Parti communiste français infléchi peu à peu sa position. Pour cause : dans la seconde moitié des années cinquante, celui-ci connaît un net recul dans la vie politique française. Le rapport Khrouchtchev a jeté une lumière crue sur les purges du stalinisme et l'invasion des chars russes à Budapest n'a fait qu'écorner un peu plus l'image de l'Union soviétique dans l'opinion publique. Aux élections législatives de 1958 – les premières sous la Cinquième République – le PCF perd 140 sièges de députés à l'Assemblée nationale, dans un contexte, il est vrai, où le scrutin proportionnel a été remplacé par un scrutin uninominal majoritaire à deux tours. Cela reste une claque. D'autant qu'en interne, les divisions sont aussi réelles. Les jeunes de l'Union des étudiants communistes (UEC) contestent de plus en plus la ligne politique du parti, surtout au sujet de la guerre d'Algérie. Car si le PCF condamne fermement le conflit, il n'est pas non