

« *Bonnes soirées, Femmes d’Aujourd’hui, ELLE et Marie-Claire (1945-1966),
une presse francophone sans frontières ?* »

**Karine TAVEAUX-GRANDPIERRE,
LabSIC, Université Paris 13**

Dès la fin de la seconde guerre mondiale quatre magazines féminins francophones élaborent une stratégie commerciale transnationale et se déploient par-delà leurs frontières. Le premier d’entre eux, *Bonnes soirées*, est belge, après une première parution entre 1922 et 1940 sur son territoire, il reparait à la fin du conflit et s’écoule en France dès 1946. Le deuxième féminin, *Femmes d’aujourd’hui* est édité en 1933 à Bruxelles, il est rapidement diffusé dans le nord de la France. Il parvient à paraître pendant et après l’occupation allemande en maintenant son lectorat français. Ces deux féminins belges développent à partir de 1950 des éditions francophones distinctes pour la France d’un côté et la Belgique de l’autre avant de produire une version flamande. Le marché hexagonal représente pour ces deux titres près de 80% de leur diffusion totale¹. De l’autre côté de la frontière, deux titres français conjuguent également leur lectorat à l’international. Dès sa création en 1945, *ELLE* tente l’aventure d’une édition belge. Après ce premier échec, le magazine de la cosmopolite Hélène Gordon-Lazareff construit avec succès, au début des années 1960, une nouvelle déclinaison belge à destination des lectrices du Bénélux, en complément d’une édition en allemand qui paraît à Zurich. Son concurrent, *Marie-Claire*, reprise du titre interdit après la seconde guerre mondiale, reparait en 1954 et s’emploie alors à s’installer sur le territoire belge, avec une édition dédiée dès 1961.

On peut, dans le contexte d’après-guerre, s’interroger sur les modalités d’expansion médiatique de cette presse magazine féminine dans l’espace francophone européen. Comment leur succès se construit-il en termes de production dans des contextes sociaux, économiques et politiques nationaux différents ? Comment se positionnent-ils dans un schéma de reconfiguration des identités et des rapports de genre entre « besoin d’épanouissement osé de la femme émancipée et le souci de confort rassurant de la mère de famille »² ?

Comprendre ces processus nécessite en premier lieu de cerner, dans un contexte de reconstruction économique complexe, leurs aspirations à développer, pendant leur âge d’or, de nouveaux marchés, en alliant proximités géographique et linguistique. Puis, afin de déterminer les processus de la circulation transnationale de ces quatre titres, il conviendra de retracer leur histoire et de décrypter leurs orientations car par-delà leur nationalité dans ces féminins cohabitent deux visions genrées différentes de la place de la femme dans la société. D’une part, les belges tendent à entretenir « une morale conservatrice, [sic] orientée vers les devoirs de la femme au foyer »³. D’autre part, *ELLE* et *Marie-Claire* offrent une image féminine plus émancipée par leur soutien à leur nouveau droit de vote et à leur autonomisation dans leur conquête de la sphère publique⁴.

¹ Sullerot E., *La presse féminine*, Paris, Armand Colin, 1963.

² Bonvoisin S.-M. et Maignien M., *La presse féminine*, Paris, PUF, 1986.

³ Bard C., *Les femmes dans la société française au 20^e siècle*, Paris, Armand Colin, 2001.

⁴ Grandpierre K., « *ELLE* : un outil d’émancipation de la femme entre journalisme et littérature 1945-1960 ? », *COntEXTES* [En ligne], 11 | 2012, mis en ligne le 18 mai 2012, consulté le 14 novembre 2018. URL : <http://journals.openedition.org/contextes/5399> ; DOI : 10.4000/contextes.5399