

"Mad Men" se livre !

"**M**ad Men" aura marqué l'histoire du petit écran. Créée en 2007, la série se classe, de l'avis général, parmi les meilleurs programmes télévisés jamais réalisés. Un vrai bijou ! La création de Matthew Weiner plonge le public dans le New York des années 60. Dans les luxueux bureaux de la Madison Avenue, les "Ad Men", les "hommes de la pub" y faisaient la loi. Dans un nuage de fumée et un verre d'alcool à la main, ils pensaient des campagnes promotionnelles qui, encore aujourd'hui, inspirent les meilleurs. Mais "Mad Men" est bien plus qu'une série sur le quotidien de l'agence "Sterling Cooper". La fiction témoigne également de la naissance de la publicité moderne. Une période où la majorité des femmes restaient à la maison pour s'occuper des enfants. Des années où l'homophobie et le racisme étaient considérés comme normaux. Plus qu'une fiction, la production d'AMC reflète les USA des années 60 avec une fidélité remarquable. Décors, costumes, dialogues, références historiques, tout est étudié pour que les spectateurs se sentent enveloppés par l'atmosphère enivrante des années 60. Ce souci du détail coûte aux producteurs la bagatelle de deux à deux millions et demi de dollars par épisode. La série en est à sa quatrième année d'existence et l'on parle déjà de trois saisons supplémentaires. Les dépenses

occasionnées par "Mad Men" sont donc astronomiques. Mais justifiées ! Acclamé par la critique, "Les hommes

fous" (traduction du titre) est un véritable phénomène de société. La série a fait le tour du monde, inspiré la mode vestimentaire et fasciné des millions de téléspectateurs. Nathalie Azoulai fait partie de ces fan. Séduite par la série sur le tard, l'écrivaine s'est lancée dans une entreprise des plus audacieuses : écrire un livre sur le "phénomène" Mad Men. L'auteure s'est alors immergée dans les quatre premières saisons de la série. Elle a également passé trois mois à collecter la moindre anecdote sur la fiction avant de présenter "Mad Men, un art de vivre", un livre magnifiquement illustré sur le programme prodigue d'AMC. Sa passion est communicative. Entretien.

Pourquoi se pencher sur "Mad Men" ? Pour moi, cette série est un véritable phénomène. Certes, ce n'est pas une fiction par laquelle on est happé à la première vision. C'est un coup de foudre progressif. Une fois qu'on est accroché, on ne peut plus s'en passer. Et même si l'histoire est lente et sombre, elle connaît un vrai succès. La reconnaissance n'est pas tellement commerciale, puisque ses audiences ne sont pas celles d'un "Desperate Housewives" ou d'un "24 heures : chrono". Pourtant, "Mad Men" est acclamé partout dans le monde.

Vous parlez d'une série fascinante... Je pense qu'en tant que spectateur du XXI^e siècle, regarder "Mad Men" est jubilatoire. On entre dans un monde que l'on connaît par nos livres d'histoire mais qui, dans le fond, nous est inconnu. Les héros de la fiction sont notre passé et nous sommes leur futur. Ces années 60,

où les gens ignoraient les dangers du tabac et pensaient que la société de consommation n'avait que des avantages, font rêver. Les personnages ignorent les maladies et les déceptions auxquelles ils vont être confrontés. Cette innocence perdue a quelque chose de fascinant. Ça et le fait que, de son fauteuil, le téléspectateur sait que cela va mal tourner...

Les références historiques expliqueraient un tel engouement ? L'ancrage historique est une accroche. Le public vit l'Histoire en direct. Mais par le "petit bout", au milieu de Monsieur et Madame Tout le Monde : des personnages profondément émus par l'assassinat de Kennedy ou sincèrement effrayés par la menace de fusées à Cuba. Mais "Mad Men" a d'autres attraits. Ses costumes, pour commencer. La série a remis les années 60, le new-look de Dior, à la mode. Des marques comme Vuitton ou Chloé se sont inspirées du look "Mad Men". C'est dire si la fiction inspire...

Pourtant, l'époque n'avait rien d'idyllique ! La société était extrêmement dure. C'était un véritable système de castes. L'exclusion était monnaie courante. La ségrégation raciale était normale, les gens homophobes et la condition de la femme des plus insupportables. C'était une société rigide. "Mad Men" nous permet de constater les progrès réalisés.

La publicité tient une place importante dans "Mad Men". C'est un sujet étonnant pour une série à succès... "Mad Men" n'est ni violente, ni drôle. Le public est constitué en majorité de femmes, d'adultes et de personnes habitant dans les villes. Beaucoup sont cinéphiles, pas forcément des habitués de séries. En fait, le programme n'a aucun des élé-

ments des séries à succès "classiques". L'esthétisme y tient une très grande place. Les campagnes de publicité créées par les héros participent à cette beauté visuelle. Les scénaristes de "Mad Men" ont tenu à être les plus crédibles possibles. Mais ils ont parfois "bidouillé" la réalité pour enjoliver l'intrigue...

La série n'en est qu'à sa quatrième année d'existence. Les producteurs parlent déjà d'une saison 7. Votre livre n'arrive-t-il pas trop tôt ? Je ne pense pas. Je parle des bases de la série, de ses grandes lignes. Les fondamentaux éthiques et culturels ne changeront plus. Je fais confiance aux scénaristes pour trouver de sympathiques rebondissements. Mais je ne suis pas inquiète. J'ai toujours l'occasion d'écrire un second livre (rires).

"Mad Men, un art de vivre", éd. de La Martinière, 144 p., 25 euros.