



Les origines

Trop lent, trop cher, des personnages trop antipathiques... Les raisons ne manquent pas pour que le script de *Mad Men* reste dans les cartons. Pourtant, un beau jour de juillet 2007, Don Draper, ses costumes impeccables et ses slogans publicitaires de génie font irruption sur les écrans. Si *Les Soprano* a révolutionné la télévision quelques années plus tôt, *Mad Men* achève de lui donner ses lettres de noblesse. Comment la série a-t-elle réussi à s'imposer comme un chef-d'œuvre sur une petite chaîne du câble alors inconnue ? Enquête sur la genèse de *Mad Men*.

Un homme se tient devant de potentiels clients. Ils sont impatients de découvrir ce qu'il va leur proposer pour vanter leur dernière innovation : une roue dans laquelle on insère les diapositives pour les projeter de manière automatique. Évidemment, les dirigeants s'attendent à une réclame qui met en valeur la nouvelle technologie de l'objet. Mais le publicitaire leur propose une autre approche : la nostalgie. « *En grec, nostalgie signifie littéralement "la douleur provenant d'une ancienne blessure"* », explique Don Draper aux représentants de Kodak, faisant défiler les photos de sa propre famille et de son bonheur passé. « *C'est un pincement au cœur, bien plus puissant que la mémoire seule.* » La nostalgie, c'est ce que doivent ressentir les adeptes de séries télévisées au début de l'été 2007. L'âge d'or du petit écran semble toucher à sa fin. Un fondu au noir vient de conclure le dernier épisode des *Soprano*. Terminés *Deadwood* et *Six Feet Under*. Plus qu'une saison à venir pour *The Shield* et *The Wire*. Les meilleures choses semblent bel et bien avoir une fin.

Pourtant, trente-neuf jours à peine après le final énigmatique des *Soprano*, le pilote de *Mad Men* fait son apparition sur la chaîne AMC. Comme dans le pitch Kodak délivré par Don Draper, ce n'est pas une roue, c'est un carrousel, une machine à remonter le temps, qui nous renvoie tout droit dans les années 60. Mais le chemin jusqu'à nos écrans aura été long. Très long.

Tout commence en janvier 1999. Les téléspectateurs américains découvrent l'un des bouleversements les plus radicaux à la télévision depuis l'apparition de la couleur : la première des *Soprano* sur HBO. Tony Soprano est un sociopathe, un mafieux qui trompe sa femme, fait assassiner ses amis, tue de ses propres mains... et entame une thérapie. Il est aussi sympathique, complexe, touchant et même drôle. Le public n'est pas obligé d'aimer Tony, mais la série nous invite à le comprendre. C'est une révolution. « *J'en avais tellement marre de la télévision à ce moment-là, et j'étais tellement frustré de ne pas arriver à faire de films que je m'en fichais. Je voulais juste faire le meilleur scénario de série dont je sois capable* », raconte David Chase, le *showrunner* des *Soprano*. La série prouve que le câble peut être meilleur que les bonnes vieilles chaînes hertziennes, mais aussi et surtout que la télé peut avoir les mêmes ambitions et la même complexité que le cinéma. Matthew Weiner ne fait pas encore partie de l'aventure. Tout juste diplômé d'école de cinéma, il galère et passe plusieurs années sans emploi, à écrire des scripts qui restent inachevés pour la plupart. Il enchaîne ensuite les boulots de scénariste sur des sitcoms : les éphémères *Une fille à scandales* en 1997 et *Prison dorée* en 1998, puis *Becker* en 1999. Cette dernière est un succès, mais Weiner, frustré, désabusé, passe ses nuits à écrire son propre scénario à l'essai : le pilote de *Mad Men*. Weiner a toujours été fasciné par la période charnière entre la fin des années 50 et le début des années 60, qui devient la toile de fond de son récit. Et choisit d'explorer plus particulièrement l'univers de la publicité : « *C'est une excellente manière de parler de l'image que l'on a de soi-même, versus la personne que l'on est vraiment. Et les publicitaires, les "admen", étaient les rock stars de cette époque, créatifs, présomp-*

tueux, anti-autorité. Ils gagnaient des fortunes et vivaient intensément », explique-t-il. Le pilote raconte la journée bien remplie de Don Draper, publicitaire de génie et directeur de la création dans l'agence Sterling Cooper, l'arrivée de sa nouvelle secrétaire, et la double vie qu'il mène.

Matthew Weiner achève l'écriture du scénario en 2001 et l'envoie partout. Mais personne n'en veut. Il insiste pour que ses agents le transmettent à David Chase qui l'embauche sur-le-champ pour la cinquième saison des *Soprano*. « *Nous cherchions des scénaristes* », raconte Chase. « *J'ai lu une certaine quantité de scripts lorsque j'étais entre deux saisons, et Mad Men était l'un d'eux. Je l'ai trouvé remarquable. Ça a suscité mon intérêt. Je n'avais pas l'impression d'avoir vu ça cent fois. Les personnages étaient bons, et c'était une excellente manière de regarder la culture américaine à travers une agence de publicité.* » Il faut dire que Weiner – comme Chase lui-même – est un cas à part dans l'univers formaté de la télévision. Il ne jure que par le cinéma de la Nouvelle Vague, les classiques américains et Wong Kar-wai (le plan avec Don de dos dans la scène d'ouverture du pilote est une référence directe au réalisateur hongkongais). Weiner y a puisé un sens aigu de la narration et une aversion pour les personnages simplistes et manichéens. Il se souvient par exemple de la sortie en salle de *Star Wars* en 1977. Il avait douze ans. « *Mes amis étaient dingues. Nous l'avons vu deux fois le premier jour et je disais : "Pourquoi on retourne voir ça ?" Et ils me demandaient : "Qui est ton personnage favori ?" Et je pensais : "Il n'y a pas de personnage dans ce film."* » En 2004, Chase rejoint ainsi la *writers' room* des *Soprano*. « *Pour moi, l'atout premier de Mat, c'est son originalité* », décrit David Chase. « *Il a tout simplement sa propre vision du monde qui transparait partout. Lorsqu'il écrivait un personnage sur Les Soprano, j'étais toujours enchanté parce que ce n'était pas la version toute faite du personnage. C'est ça que j'entends par "originalité". Peut-être que c'est un autre mot pour dire "intelligence" ou "perspicacité".* » C'est à Matthew Weiner que l'on doit la séquence onirique de Tony Soprano plongé dans le coma entre la vie et la mort dans la

« La directive était la suivante : “Il nous faut un Soprano.” » Rob Sorcher

saison 6, ou encore les désillusions de son neveu Chris Moltisanti essayant de percer dans le cinéma à Los Angeles. « *Matthew écrit avec un prisme très personnel* », souligne Scott Hornbacher, l'un des producteurs des *Soprano*, recruté ensuite sur *Mad Men*. « *Je suis toujours ébahi par son absence d'inhibition, qui rejaillit sur les personnages.* » Alors que *Les Soprano* touche à sa fin, Weiner demande à Chase de promouvoir le scénario de *Mad Men* auprès de la chaîne. Pourquoi cette série dramatique dans le style HBO, écrite par un auteur de la série phare de la chaîne, n'a pas été diffusée sur HBO ? C'est l'un des grands mystères de l'histoire de la télé américaine. Si tout le monde s'entend sur le résultat, personne n'est d'accord sur les causes. Chase reconnaît avoir passé le script à HBO ; il est même question pendant un temps que ce soit lui qui dirige le pilote. « *Cela m'intéressait beaucoup de réaliser ce pilote, mais en fin de compte, je n'arrêtais pas de me dire : “D'une manière ou d'une autre, si je suis associé à la série, je vais y être impliqué,*

[Matthew] ne sera pas content de ça, et je ne serai pas content parce que je ne veux pas l'être.” *Alors j'ai répondu : “Non, je n'aurai aucun contact avec la série.” Et j'ai évidemment essayé encore et encore de leur faire dire oui.* » « *Nous n'avons jamais refusé Mad Men* », rétorque de son côté Chris Albrecht, responsable des programmes originaux chez HBO à l'époque. « *Le script n'était pas disponible. Matt Weiner était scénariste pour David Chase. Les Soprano était à l'antenne. Nous n'avons pas merdé avec David Chase. Nous n'avons pas merdé avec les auteurs. [...] La première fois que je me souviens avoir lu Mad Men, AMC l'avait déjà développé.* »

« Who the f... is AMC? »

Au même moment, en ce début des années 2000, une petite chaîne du câble, AMC (American Movie Classics), végète derrière sa grande rivale TCM (Turner Classic Movies) dans la diffusion de bons vieux films en noir et blanc. Rob Sorcher est alors recruté pour reformater la chaîne. Il instaure des coupures publicitaires pour faire rentrer de l'argent et doit trouver des programmes originaux. « *La directive était la suivante : “Il nous faut un Soprano”* », raconte Sorcher. AMC diffuse alors des films disponibles ailleurs sur le câble, ce qui la rend vulnérable. « *Ce dont AMC a besoin, c'est d'une série encensée par la critique et que les spectateurs désirent voir, ce qui ferait que les opérateurs du câble ne pourraient pas nous laisser tomber* », se souvient Sorcher. Il s'entoure alors de la scénariste Christina Wayne. Ils lancent quelques mois plus tard la mini-série western *Broken Trail* avec Robert Duvall qui attire dix millions de téléspectateurs en juillet 2006. Le PDG de la chaîne croit à une faute de frappe quand il découvre les audiences. Ce succès inespéré donne confiance aux équipes. C'est à ce moment-là que Christina Wayne reçoit un scénario original, *Mad Men*. « *Cela m'a touchée personnellement, et je savais en le donnant à Rob, lui qui venait du milieu de la publicité, que cela trouverait un écho en lui.* » Tous deux rencontrent Weiner qui défend son projet bec et ongles pendant la réunion. Ils sont sous le charme. Rob Sorcher aime tellement le script qu'il n'a qu'une

seule remarque : Don Draper doit avoir un secret. « *Tout le monde semblait si déplaisant dans cette histoire. Le script ressemblait à un petit film magnifiquement résumé, mais qu'est-ce qui vous faisait revenir ? Et qu'est-ce qui allait le rendre vulnérable ?* », s'interroge Sorcher. Weiner se souvient alors d'un scénario inachevé écrit avant d'obtenir son premier job en télévision : « *The Horseshoe* » (« Le Fer à cheval »), mettant en scène Dick Whitman, né dans la misère à la campagne. « *Je l'avais laissé en suspens cinq ans avant d'écrire Mad Men. Et dans la dernière scène, le personnage prend le nom de Don et laisse son corps à la gare.* » Don et Dick deviennent alors une seule et même personne. « *Lorsqu'il a pitché l'histoire de Dick Whitman/Don Draper dans son intégralité, nous étions subjugués* », s'enthousiasme Christina Wayne. Pourtant la partie est loin d'être gagnée... « *Mes agents me disaient : "On sait que tu aimes ce projet, mais ne vas pas chez AMC. C'est vraiment bas de gamme, sans budget, et même s'ils le font, ils n'ont jamais fait de série avant et tu ne veux pas être leur première"* », se souvient Matthew Weiner. Effectivement, AMC n'a pas les moyens de produire la série seule, elle doit trouver un partenaire financier. Sans succès. La plupart du temps, la réponse tient en une seule phrase : « *Who the f.. is AMC?* » « *Toutes les raisons pour lesquelles ça ne marcherait pas sur le papier ont été citées : c'est super lent, c'est sur la publicité, tout le monde fume, tout le monde est antipathique, et c'est d'époque. On ne pouvait pas vendre [la série]* », raconte Sorcher. AMC décide alors de financer le pilote sur fonds propres et de le tourner pendant le hiatus au milieu de la dernière saison des *Soprano*. En recrutant au passage une bonne partie de l'équipe, alors en congé.

« On ne savait absolument pas si cela irait plus loin »

Débute alors une étape cruciale : celle du casting. La chaîne n'a pas les moyens de se payer des têtes d'affiche – qu'à cela ne tienne, les comédiens seront pour la plupart inconnus du grand public. Ce qui n'est pas pour déplaire à Weiner. « *J'avais vu Les Soprano*

et je ne connaissais aucun des acteurs. Et je me suis dit : "C'est génial, je vais faire ce genre de casting, où je vais choisir de très bons comédiens, et le public va croire que ce sont vraiment ces gens, parce qu'ils ne les ont pas vus des millions de fois." » Matthew Weiner sait exactement ce qu'il veut. Elisabeth Moss sera Peggy Olson, et Christina Hendricks, Joan Holloway. John Slattery vient auditionner pour le rôle de Don ? Weiner le voit immédiatement en Roger Sterling. « *J'avais quelques scènes, mais je n'étais pas aussi investi émotionnellement que d'autres parce qu'on ne sentait pas encore tout le potentiel de Roger dans le pilote* », reconnaît Slattery. January Jones auditionne pour Peggy ? Weiner a d'autres plans pour elle. « *Il m'a dit : "Il y a un autre rôle, mais je ne sais pas vraiment ce qui va se passer avec elle." Il n'avait aucune scène pour moi, alors il en a vite écrit quelques-unes* », se souvient la comédienne. Weiner est subjugué par son interprétation. « *Elle était cette personne, Betty Draper. Elle contrôlait ses émotions, elle avait ce côté enfantin – l'infantilité de Betty Draper vient d'elle. Je n'avais pas écrit ça.* » Matthew Weiner a aussi une idée bien arrêtée pour Don Draper, mais AMC ne partage pas son avis. « *Certains ont fait un seul essai et ont été pris, il y a eu un peu plus de réticence avec moi. J'étais en bas de la liste pour tout le monde. Le seul à m'avoir défendu depuis le début fut Matthew* », se souvient Jon Hamm. « *C'était la seule personne que j'avais vue dont je sentais qu'elle avait cette masculinité à l'ancienne qui me rappelait un peu James Garner ou William Holden* », pointe Matthew Weiner. Les représentants d'AMC hésitent encore. Pour les convaincre, Weiner fait venir Jon Hamm à New York. Là, au bar du Gansevoort Hotel, Christina Wayne a un déclic : « *Il était nerveux mais je savais qu'il avait un potentiel de star. Je lui ai murmuré à l'oreille avant qu'il ne parte : "Vous avez le rôle."* »

Le pilote est filmé à New York pendant quinze jours en 2006. À la fin du tournage, AMC n'a toujours pas trouvé le financement nécessaire pour produire la série. « *Je me souviens qu'on était sur le rooftop de Silver Cup Studios avec Matt et on s'est regardés en disant : "C'était vraiment super." On ne savait absolument pas si*

cela irait plus loin », confie Elisabeth Moss. Le pilote est projeté partout, tout le monde salue ses qualités, mais aucun studio ne veut miser un kopeck sur un programme exceptionnel que personne ne regardera. Trop cher. Trop risqué. Le DVD atterrit finalement chez Sandra Stern, directrice des opérations de Lionsgate TV. « *J'ai dit* : "P..., c'est excellent, il faut que je l'aie !" » Dès le lendemain, elle rencontre les représentants de AMC à New York. *Mad Men* est finalement diffusé presque un an plus tard, le 19 juillet 2007, le temps que Weiner termine *Les Soprano*. 1,2 million de foyers américains suivent le premier épisode et 900 000 en moyenne l'ensemble de la première saison. Les critiques sont dithyrambiques. « *La série a commencé à être diffusée pendant que nous tournions encore, on avait l'impression de tout faire en apnée* », se souvient Elisabeth Moss. « *Mais ensuite, au mois de janvier, Jon et la série ont remporté chacun un Golden Globe. Ce fut la première fois où l'on s'est vraiment dit : "Oh mon Dieu, les gens regardent !"* » Un chef-d'œuvre télévisuel est né et une petite chaîne câblée bascule dans la cour des grands. **Par Faustine Saint-Geniès.**

« J'étais en bas de la liste pour tout le monde. Le seul à m'avoir défendu depuis le début fut Matthew. »
Jon Hamm